الجمهورية الجزائرية الدّيمقراطية الشّعبية

وزارةالتّعليم العالي و البحث العلمي



المركز الجامعي أكلي محند اولحاج -البويرة

معهد الآداب و اللّغات

قسم اللغة و الأدب العربي

استراتجيات الخطاب الإعلانيالتّلفزيوني لدى شركات الهاتف النّقال في الجزائر

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير

الشّعبة: اللغة و الأدب العربي

التّخصص: دراسات أدبية و لغوية

إعداد الطّالبة: **إشراف الأستاذ:**

خدوجة بن فطوم **د/ محمد الهادي بوطارن**

لجنة المناقشة:

أ/ دّكتور: أحمد حيدوش أستاذ المركز الجامعي البويرة	رئيسا
دّكتور: محمد الهادي بوطارن أستاذ محاضر . أ . المدرسة العليا للأساتذة (بوزريعة)	**مشرفا و مقررا**
دّكتور: سالم سعدون أستاذ محاضر . أ . المركز الجامعي البويرة	**عضوا مناقشا**
دّكتور: عمر بلخير أستاذ محاضر . أ . جامعة تيزي وزو	**عضوا مناقشا**
دّكتور: عبد الرحمن عيساوي أستاذ محاضر . ب . المركز الجامعي البويرة	**عضوا مناقشا**

السّنة الجامعية: 2012/2011

الجمهورية الجزائرية الدّيمقراطية الشّعبية

وزارةالتّعليم العالي و البحث العلمي

المركز الجامعي أكلي محند اولحاج -البويرة

معهد الآداب و اللّغات

قسم اللغة و الأدب العربي



استراتجيات الخطاب الإعلانيالتّلفزيوني لدى شركات الهاتف النّقال في الجزائر

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير

الشّعبة:اللّغة و الأدب العربي

التّخصص: دراسات أدبية و لغوية

إعداد الطّالبة: خدوجة بن فطوم

إشراف الأستاذ: د/ محمد الهادي بوطارن

لجنة المناقشة:

أ/ دّكتور: أحمد حيدوش أستاذ المركز الجامعي البويرة	رئيسا
دّكتور: محمد الهادي بوطارن أستاذ محاضر . أ . المدرسة العليا للأساتذة (بوزريعة)	مشرفا و مقررا
دّكتور: سالم سعدون أستاذ محاضر . أ . المركز الجامعي البويرة	عضوا مناقشا
دّكتور: عمر بلخير أستاذ محاضر . أ . جامعة تيزي وزو	عضوا مناقشا
دّكتور: عبد الرحمن عيساوي أستاذ محاضر . ب . المركز الجامعي البويرة	عضوا مناقشا

السّنة الجامعية: 2012/2011

شكر

هي كلمة لابد أن لا يمر هذا البحث من دون أن أقولها.

إنها كلمة شكرا.

فشكرا لكل اللذين وقفوا إلى جانبي و أنا أداوم على إعداد هذا العمل على مرالأيام و الشّهور.

بداية شكرا لأستاذي الفاضل الدكتور محمد الهادي بوطارن المشرف و المؤطر لهذا البحث على نصائحه القيمة. و على طول صبره معي.

شكرا لأمي الحنون على دعواتها و صلواتها لي بالتّوفيق في هزيع الليل الأخير و في خيوط تباشير الصبح الأولى.

شكرا لأبي العطوف على مساندته الدائمة لي ماديا و معنويا.

شكرا جزيلا للتي غابت عنا ذات مغيب,لأنّها من غرست في حلم مواصلة الدّراسات العليا الأستاذة عتيقة حيدوش (حيدوشة) كما كانت تحب أن نناديها, نطلب الجنة لها سكنا بجوار الرحمن. و شكرا أيضا لأساتذتي الأفاضل: العربي رابح و صبيرة ملوك و فتيحة بوتمر و يمينة مصطفاي و كريمة بوعامر و بلعاليا و شرفي شمس الدّين.

شكرا لزوجي على طول صبره و حلمه معي طيلة مدة انجاز هذا البحث بالرغم من بعض إهمالي لواجبي كزوجة و ربة بيت.

شكرا لكل من ساعدني بتوفير المراجع سواء في المركز الجامعي أو الجامعات الأخرى و المجلس الأعلى للغة العربية و على رأسه مدير المكتبة.

و شكرا لكل صديقاتي و لكل من دعمني و لو بالكلمة الطيبة.

و معذرة لكل من ساعدني و لم أذكر اسمه فحتى و إن لم تسعهم مساحة الورقة فأكيد أن مساحة القلب تسع الجميع.

إلى هؤلاء جميعا شكرا جزيلا لكم.

إهداء

إليك فهل تسمعين ...؟

يا من حملتني وهنا على وهن

و مازال قلبك إلى الآن رحما يحملني

أماه

إليك

يا كريم الملامح سمح محياه

أبتاه

إليكما

أيقونتا العمر و زهرتا الحياه

ولداي أسماء نور الهدى و عمر الفاروق

إليكم جميعا

الزّ وج و الإخوة و الأخوات

و إلى كل كل أساتذتي و الأستاذات

و إلى كل الأصدقاء والصّ ديقات.

مقدمة

مقدمة

لا جدال في أن الخطاب الإعلاني يعد من الخطابات الثقافية كالخطاب الأدبي والسينيمائي فهو يؤثث لفضاءاتنا اليومية . و إلى جانب بعده الاقتصادي يستهلك إلى جانب الخطابات الأخرى المرتبطة بالدعاية التجارية, و يكتسي هذا الخطاب بعدا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية و السيميائية و التداولية. و من هنا فإن الحديث عن الخطاب الإعلاني يفرض التمييز بين قطبين أساسيين متباينين و متكاملين في الوقت نفسه, و يتمثلان في البعد الاقتصادي الموجود خارج الخطاب, و البعد الخطابي بوصفه نسيجا تتشابك فيه مجموعة من العلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية معينة.

و يتكون الخطاب الإعلاني من نسقين دلاليين أساسيين,هما النسّق اللغ ّوي الذي تكمن أهميته في النسق الأيقوني البصري كونه يوجه المتلقي نحو قراءة محددة, و يربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني لاسيما عندما يتعلق الأمر بصورة ثابتة. إلاأّن أهمية الن ّسق اللّغوي تبقى رغم ذلك قاصرة أمامبلاغة الص ّورة و آلياتها المتفاعلة و المؤثرة, فهي ذات تأثير في نفس المتلقي تهدف إلى إثارة ذوقه قصد اقتناء المنتج.

و الصورة فضاء مفتوح على مصراعيه على كل التأويلات و التصورات, إنها تعبير يغازل الوجدان و يغذي الأحلام, و يحاور اللاّوعي, توحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من مشاهد إلى آخر.

و داخل الخطاب الإعلاني تتمظهر مجموعة من الآليات الفاعلة التي تشكل إستراتيجية أساسية . كإستراتيجية المحارب . تجاه المشاهد, حيث تعمل على تغييب و إفشال الطّ اقة النقدية لديه معتمدة في ذلك على آليات و ميكانيزمات تستند إلى آليات الإقناع المنطقي لاستمالة المشاهد و دفعه علىممارسة فعل الشّ راء.

و إذا كان الخطاب الإعلاني يعتمد على الر مّوز و الص ّ ور التي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع فإنه يتوسل الإقناع المنطقي من خلال إخضاع المنتج المرغوب ترويجه لتجارب دقيقة تجعل منه مادة فريدة من نوعهافهو يعتمد الر ّموز من أجل خلق الت ّميز لدى الفرد و يلحقه بفئة تمثل الفئة النموذجية عند استعماله لهذا المنتج دون سواه.

كما يعمد الخطاب الإعلاني إلى شخصنة الشيء و إضفاء الطّ ابع الإنساني عليه مثل" أنا رونو" (إعلان خاص بالسيارات)و هذا بهدف إدماج الفرد في نمط اجتماعي معين.

و من خدع الإعلان محاولته الظهور بمظهر البراءة و الصّديق, و أن هدفه يتمثل في تقديم المساعدة و ليس هاجس المنفعة هو من يحركه.

و السّؤال المطروح لماذا لا يعتمد الخطاب الإعلاني على الدّعوة المباشرة لاقتناء المنتج ؟. و الجواب ببساطة أن المستوى اللغوي المتمثل في الإخبار عن المنتج و عن صفاته التّقنية و عن مدى جودته لها دورها الأساسي في عملية الإقناع بالتّدليل على أهمية المنتج لكنها تبقى قاصرة عن إقناع المتلقي, و من هنا تفرض مسألة الإيحاء نفسها. ثم أن الحديث عن البلاغة الإعلانية يعني حضور و إدماج الفكرة السّياقية في الخطاب الإعلاني, و هو حديث عن الإيحاء إلى حد بعيد.

و نجاح وصلة إعلانية معينة رهين بكثافة الشّحنات التي تحملها, و صورها الشّاعرية الّتي تكتسي لباسا أنيقا من المعاني, حيث تنتقل من الطبيعة المادية إلى عالم الإيحائية بما تحمله من قيم و دلالات بفضل تلك الهالة التي يضفيها عليها الخطاب الإعلاني . لأنه يعرف كيف يفكر المتلقي . من خلال استعمال الاستعارات و التّشبيهات المناسبة و الكنايات الموفقة و الأساليب الغنائية التي تلتزم السّهولة و العذوبة علاوة على بلاغة الصّورة الحية من خلال بلاغة الجسد و بلاغة الحركة.

يحتوي الخطاب الإعلاني على مكونات بلاغية أخرى كبلاغة الصّوت و بلاغة الموسيقى و بلاغة الفضاء... الخ.فكل مقوم من هذه المقومات الإيحائية ببنيته الدّاخلية, أو في علاقته بالمقومات الأخرى يلعب دورا مهما في تكوين و خلق صور اصطناعية, تتراءى للمتلقي باعتبارها أشياء طبيعية, فتدفعه إلى احتضان فعل الشّراء.

و انطلاقا من هذه الاعتبارات تكمن خطورة الخطاب الإعلاني كحقل غني بإيحاءاته و انزياحاته في استحواذه على اهتمام معظم الفئات الاجتماعية في عصرنا الرّاهن, إذ يشكل مهد الأساطير الحديثة, و الشّيء المؤكد أننا مثلما نستنشق الهواء نستنشق الإعلان فهي تشبه عملية خفة اليد حيث تقلب الواقع و تفرغ التّاريخ,ثم تملؤهما بالطّبيعة. و من هنا تكمن خطورة الإعلان في تمرير خطابه عبر مجموعة من الصّور التي يستهلكها المتلقي بشكل طبيعي مادام أن كل صورة من هذه الصّور تقدم دائما كنسخة ميكانيكية لوضعية قائمة الشّيء الذي يجعلها مغلفة بمجموعة من القيم كالفوز و الأمومة و الحب و الانتماء الاجتماعي ... الخ. و التي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع.

و رغبة منا في الوقوف على الآليات أو الاستراتيجيات التي يتبناها هذا الخطاب في تأثيره على المتلقي حاولنا خوض غمار هذا البحث, فالهدف الأول الذي دفعنا لاختيار هذا الموضوع

هو رغبتنا في سبر أغوار هذا النّوع من الخطاب الذي يؤثر علينا و يوجه تصرفاتنا نحو فعل معين, في حين نعتقد أننا أحرار الإرادة في اختيار ما نشاء و لكن الحقيقة هناك هذا الكائن الذي يدفعنا دفعا إلى فعل دون سواه.

من أجل إتمام هذا البحث كان لزاما علينا الاستعانة بجملة من المراجع و المصادر التي تعيننا على إتمام عملنا هذا, و نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر المعاجم العربية قديمها و حديثها, و كذا المعاجم الأجنبيةو كتاب استراتيجيات الخطاب للشّهري و الحجاج في الشعر العربي القديم لسامية الدريدي, و كتاب البيان و التبيين للجاحظ, و دلائل الإعجاز للجرجاني, و كتاب نظرية السياق بين القدماء و المحدثين لعبد المنعم خليل, و كتاب في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء لنواري سعودي أبو زيد و غيرها من الكتب التي كان لها صدى في هذا البحث سواء لدارسين جزائريين أو عرب أو أجانب. إضافة إلى مجموعة من المقالات و الدراسات التي وردت في بعض المجلات و نجدها موثقة في هذا البحث.

و لكي تتضح لنا معالم طريق هذا البحث كان لابد لنا من إتباع خطوات هي بمثابة مصابيح تنير لنا ليل درب هذا البحث الذي وجدناه صعبا و شاقا لاعتبارات ليس يتسع هذا المقام لذكرها, و إن كان النقص الفادح في الدراسات العربية التي تطرقت لهذا الموضوع وبخاصة ما تعلق منها بالجانب التطبيقي. أو ما تعلق منها بالإعلان التلفزيوني الذي لم نجد له صدى كبيرا في دراساتنا العربية, و ربما تعد دراسات سعيد بنكراد الوحيدة في هذا الميدان في كتابه الموسوم سيميائيات الصورة الإشهارية الإشهار و التمثلات الثقافية و لكننا لم نستطع الأخذ من هذا الكتاب نظرا لتبنيه المنهج السيميائي أولا و هو خلاف للمنهج التداولي. و عدم اتفاقنا مع نظرته لصورة المرأة في الإشهار ثانيا.

ثم هناك أيضا دراسة لحسنة عبد السميع بعنوان سيميوطيقا اللغة و تحليل الخطاب الإعلاني التلفزيوني و هذه الدراسة هي أيضا اعتمدت المنهج السيميائي في تحليل الومضات الاشهارية, إلى جانب شرح كيفية صنع الومضة الاشهارية , و هي أمور تقنية, و لم تهتم بالجانب الحجاجي أو السياقي أو اللغوي لهذه الومضات. و لايمكن أن نغفل صعوبة الوصول إلى المدونة الإعلانية نظرا لغياب الأرشفة على مستوى التلفزيون كونه ليس هو من ينتج الومضات بل وكالات خاصة و يقتصر دوره هو في تشكيل لجنة مشاهدة لمراقبة محتوى الومضات و لغتها تفاديا لورود الإيحاءات السلبية التي تتعارض مع طبيعة المجتمع الجزائري المسلم المحافظ. أما شركات الهاتف النقال فقد وجهتنا إلى الانترنيت التي لم نحصل منها على شيء

من هذه الإعلانات ولا ندري ما السبب, لذا كان علينا الاعتماد على الذاكرة من أجل دراسة هذه المدونة.

و من أجل أن تتضح معالم هذه الدراسة كما أسلفنا قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين عنوننا الفصل الأول منها بمقاربة المفاهيم الخاصة باستراتيجيات الإعلان. حيث حاولنا فيه الوقوف على المعاني اللغوية و الاصطلاحية لهذه الكلمات المصطلحات التي كثيرا ما تتوارد علينا في حقل الخطاب, و هذه المصطلحات تتمثل في الإعلان و الخطاب و تحليل الخطاب و التداولية.

و قسمنا هذا الفصل بدوره إلى ثلاثة مباحث, منعا للتداخل و الالتباس الذي قد يحدث بين المعلومات و المصطلحات.

حيث سلطنا الضوء في المبحث الأول على مفهوم الإعلان التلفزيوني, من حيث المعنى المعجمي و الاستعمال الاصطلاحي لدى أهل الاختصاص, كما تطرقنا أيضا إلى جذوره التاريخية التي عرفنا أنها ليست وليدة اليوم و العصر بل هو كائن تاريخي سبق وجوده مرحلة التأريخ, لدى أمم و حضارات غابرة سبقتنا إلى الوجود بآلاف السنين.

كما عرفنا أيضا أن للإعلان وظائف يؤديها, و أهداف ينشدها و يتوخاها, و عناصر يتألف منها, و أنواع متعددة ينقسم إليها, حسب الوظيفة التي يؤديها, و المتلقي الذي يتوجه إليه و نوع المنتج الذي يروج له.

أما في المبحث الثّاني فقد توقفنا عند مفهوم الإستراتيجية الخطابية. و كان لزاما علينا أولا توضيح معنى كلمة الإستراتيجية ذات الجذور الإغريقية و المقترضة إلى العربية, ثم وضحنا بعدها مفهوم الخطاب كمصطلح جديد أفرزته ثورة الدراسات النقدية و اللّغوية و اللسانية الحديثة, و إذ عرفنا الخطاب كان لزاما علينا التوقف عند مفهوم آخر لصيق به هو مفهوم تحليل الخطاب الذي يتخذ من الخطاب مادة لدراسته, لنصل في النهاية إلى مفهوم الإستراتيجية الخطابية و أنواعها.

و في المبحث الثالث تعرضنا إلى مفهوم التداولية كنظرية لسانية حديثة وافدة على حقل الدراسات اللغوية و اللسانية, و هي آخر نظرية ظهرت لدراسة اللغة في نصوصها الرسمية الإبداعية, و في حالة المشافهة أو الاستعمال الشفوي. فبحثنا عن معناها اللغوي و الاصطلاحي لدى العرب و الغرب على حد سواء, كما تتبعنا جذورها العربية في تفكيرنا اللغوي و النقدي القديم, كما لم نغفل إسهامات علماء الغرب الحديث و ما قدمه كل واحد منهم

من جهود وا إضافات لحقل التداولية لتتأسس كنظرية لها ثوابتها و ضوابطها و منظومتها الاصطلاحية و أدواتها الإجرائية الخاصة بها في تحليلها للنصوص أو الخطابات.

و جعلنا عنوان الفصل الثاني من هذه الدراسة استراتيجيات الخطاب الإعلاني التلفزيوني لدى شركات الهاتف النقال في الجزائر, و قد قسمناه هو الآخر بدوره إلى ثلاثة مباحث.

كان عنوان المبحث الأول منها هو الإستراتيجية السياقية أو المقامية, و كان لزاما علينا الوقوف عند مفهومي السياق و المقام و ذكر العلاقة التي تربطهما, لنتوصل إلى أن معظم الدارسين و الباحثين لا يفرقون بينهما فهما شيء واحد. و إن كان ثلة منهم فقط من حاول وضع حدود فاصلة بينهما.

كما أن السياق ليس بالوافد الجديد على حقل الدراسات اللغوية الحديثة, بل نجد له جذور في فكر المتقدمين من العرب كابن قتيبة و القيرواني و الجاحظ و غيرهم, و إن لم يرتكزوا على منظومة اصطلاحية موحدة, بل ورد عندهم تحت مسميات شتى, و إن كان الجاحظ في البيان و التبيين قد أورد مصطلح المقام بصريح العبارة.

و كان موضوع المبحث الثاني هو الإستراتيجية الحجاجية, حيث حاولنا فيه الوقوف على مفهوم الحجاج عامة في اللغة و الاصطلاح, و تبيان الفرق بين الحجاج و الاستدلال. ثم تطرقنا بعد ذلك إلى الحجاج عند كل من ديكرو و انسكمبر و النظرية الحجاجية التي جاء بها هذا الثنائي و المنظومة الاصطلاحية التي وضعاها لهذا الحقل من الدراسة

لنتوقف بعدها عند الحجاج عند بيرلمان و تيتيكاه و نظريتهما في البلاغة الحديثة أو البلاغة البرهانية على حد قول صلاح فضل.

و في المبحث الثالث الذي أفردناه للإستراتيجية اللغوية, حاولنا تشريح الواقع اللغوي في الجزائر من أجل شرح الظاهرة اللغوية التي نشاهدها في إعلاناتنا, لنبين أن هذا الإعلان لم يأت بلغة جديدة خاصة به غريبة عن المجتمع, بل كانت لغته مأخوذة من رحم الاستعمال اليومي للغة في المجتمع الجزائري, لذا كانت لغته مزيجا بين العربية و الأمازيغية و الفرنسية حيث توقفنا في هذه الإعلانات على ظاهرة التعاقب اللغوي التي تطبع المجتمع الجزائري.

ليكون ختام بحثنا خاتمة حاولنا تحميلها النتيجة أو مجموع النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذا البحث, و التي مفادها أن الإعلان يتموقع بين عوالم مختلفة من الدراسة, كما أنه يؤثث فظاءاتنا اليومية, و يمثل مظهرا من مظاهر العصر, بل أكثر من ذلك إنه ضرورة من

ضرورياته. إضافة إلى كونه خطاب لغوي يستجيب لآليات الدراسة اللغوية اللسانية بمختلف مناهجها و نظرياتها.

من خلال هذا البحث حاولنا تقديم و لو إضافة بسيطة في مجال الخطاب الإعلاني التلفزيوني و هو دراسة الاستراتيجيات المختلفة و المتعددة التي يتبناها هذا النوع من الخطاب من أجل أن يحصل هناك إقناع لدى المتلقي بما يقوله.

و من أجل تبيان هذه الاستراتيجيات الخطابية المتبناة من قبل الخطاب الإعلاني ارتأينا أن المنهج الأمثل الذي تستجيب له هذه الدراسة هو المنهج التداولي الذي اعتمدناه. و إن صادفتنا في طريقنا صعوبات جمة سبق و أن تطرقنا إليها .

الفصل الأوّل

الفصل الأوّل

مقاربة المفاهيم حول إستراتيجية الإعلان التّلفزيوني

أولا: مفهوم الإعلان التّلفزيوني:

1. مفهوم الإعلان.
2. أنواع الإعلان.
3. تاريخ ظهور الإعلان و مراحل تطوره.
4. وظائف الإعلان.
5. أهداف الإعلان.
6. عناصر الإعلان.

ثانيا: مفهوم الإستراتيجية الخطابية:

1. مفهوم الخطاب.
2. مفهوم تحليل الخطاب.
3. مفهوم الإستراتيجية الخطابية.

ثالثا: مفهوم التداولية:

1. مفهوم التّداولية.
2. نشأة التّداولية.
3. تطور التّداولية.

أولا: مفهوم الإعلانالتّلفزيوني:

1 . مفهوم الإعلان:

1.1 التّعريف اللّغوي:

في الغالب تستعمل كلمتي إعلان و إشهار كمترادفتين في الحقل الإعلاني بالرغم من وجود بعض الاختلاف اللغوي الطفيف بينهما ذلك أنه في العربية لا يوجد ترادف مطلق بل أن ألفاظ العربية تلتمس دوما الدقة في الوصف للأحوال,لذلك ارتأينا أن نقدم تعريفا لغويا لكلتا اللّفظتين التماسا منا لتبيان الأمر, و ذلك بالعودة إلى المعاجم القديمة.

1.1.1 التّعريف اللّغوي لكلمة إشهار:

ورد في لسان العرب لابن منظور:

" شهر: الشهرة ظهور الشيء في شنعة حتى يشهره الناس و في الحديث { من لبس ثوب شهرة ألبسه الله ثوب مذلة} . الجوهري: الشهرة وضوح الأمر و قد شهره شهرا و شهرة فاشتهر و شهرة تشهيرا و اشتهره فاشتهر قال:

أحب هبوط الواديين و إنني لمشتهر بالواديين غريب

و يروى لمشتهر بكسر الهاء: ابن الأعرابي : الشهرة الفضيحة (...) أشهر القوم : أتى عليهم شهر, و أشهرت المرأة : دخلت شهر ولادتها."[(1)]

و ورد في معجم مقاييس اللغة لصاحبه أحمد ابن فارس في باب الشين و الهاء و ما يثلثهما " شهر: الشين و الهاء أصل صحيح يدل على وضوح الأمر و إضاءة من الشهر و هو في كلم العرب الهلال , ثم سمي كل ثلاثين يوما باسم الهلال و قيل شهرا (...) و الشهرة وضوح الأمر , و شهر سيفه إذا انتضاه, و قد شهر فلان في الناس بكذا , فهو مشهور و قد شهروه."[(2)]

2.1.1 التّعريف اللّغوي لكلمة إعلان:

ورد في لسان العرب لابن منظور

" علن: العلان و المعالنة و الإعلان:المجاهرة, علن الأمر يعلن علونا و يعلن و علن يعلن علنا و علانية فيهما إذا شاع وظهر,و اعتلن,و علّنه و أعلنه, و أعلن به أنشد ثعلب

---

(1) أبو الفضل جمال الدين بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري. لسان العرب . المجلد الثامن. مادة شهر. ط 4. دار صادر للطباعة و النشر . لبنان .2005 . ص 154 .

(2) أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا. معجم مقاييس اللغة باب الشين و الهاء و ما يثلثهما. تحقيق محمد عوض مرعب و فاطمة محمد أصلان. ط 1. دار إحياء التراث العربي. لبنان. 2001. ص 518 .

حتى يشك وشاة قد رموك بنا * و أعلنوا بك فينا أي إعلان

و في حديث الملاعنة, تلك امرأة أعلنت, الإعلان في الأصل إظهار الشيء, و المراد به أنها كانت قد أظهرت الفاحشة, و في حديث الهجرة: لا يستعلن به و لسنلقر ّين له, الإستعلان أي الجهر بدينه و قراءته. و استفسر الرجل ثم استعلن أي تعرض لأن يعلن به. و عالنه : اعلن الأمر إليه , قال قعنب بن أم صاحب

كل يداجي على البغضاء صاحبه * و لن أعالنهم إلا كما علنوا

و العلام و المعالنة إذا أعلن كل واحد لصاحبه ما في نفسه , و أنشد

و كفي عن أذى الجيران نفسي * و إعلان لمن يبغي علاني

و أنشد بن بري الطرماح:

ألا من مبلغ عني بشيرا * علانية, و نعم أخو العلان

و يقال: يا رجل استعلن أي أظهر. و اعتلن الأمر إذا شتهر. و العلانية, على مثال الكراهية و الفراهية: خلاف السر, و هو ظهور الأمر, و رجل علنة: لا يكتم سره و يبوح به. و قال التحياني رجل علانية و قوم علانون, و رجل علاني و قوم علانيون, و هو الظاهر الأمر الذي أمره علانية: و أعلن الكتاب: يجوز أن يكون فعله و فعولن من العلانية, يقال علونت الكتاب إذا عنونته و علوان الكتاب عنوانه."[(3)]

2.1 التّعريف الاصطلاحي:

تتعدد تعريفات الباحثين للإعلان و تختلف, و لكن إطارها المعرفي يظل واحدا, نجد أنّ فايزة يخلف لا تفرق في استعمالها بين مصطلحي الإعلان و الإشهار فهي تستعملهما كمترادفين فتارة تستعمل لفظة الإعلان, و أخرى تستعمل لفظة الإشهار,و نجدها تعرف الإشهار بأنّه " ذلك الجزء الهام من نظام الإنتاج و التوزيع الجماهيري الذي يترجم في شكل إعلام و تذكير بالسلع و الخدمات التي يتضمنها السّوق. إنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار و المنتجات و الخدمات و ترويجها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع."[(4)] أي إيصال سمعة المنتج إلى المستهلك في أحسن صورة عن طريق وسيط يقوم بتقديمه في أحسن صورة إلى المستهلك بمقابل مالي لعمله.الرّسالة هنا لا تصل من المرسل إلى المتلقي بشكل مباشر بل تمر عبر وسيط بينهما هو بمثابة قناة تربط بين الاثنين, و تتمثل في الوكالة التي تنتج الإشهار, و الوسائل التي يعرض عبرها.

(3) ابن منظور. لسان العرب المجلد العاشر مادة علن . ص 266.

(4) فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. طاكسيج كوم للدراسات و النشر و التوزيع. الجزائر. 2010. ص 7.

و تشير يخلف إلى تباين تعاريف الإعلان لدى أهل الاختصاص, أي العاملين في هذا المجال بحيث برزت عدة مدارس كالمدرسة الاقتصادية التي تراه " سلاحا لابد منه للتسويق المعاصر و الاتجاه النفسي الذي يرى فيه فنا لإغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة."[(5)]

و كذا الرؤية السيميولوجية " التي تعتبره عالم منزالدّ لائل والتّ مثيلات الأيقونية الغنية بالمعاني."[(6)]

و عند ألكس موتشلي نجد أن الإعلان هو "مجموع الأساليب الاتصالية التي تختص بإعلام الجمهور من خلال وسيلة عامة عن منتوج أو خدمة ما و دفع الجمهور إلى اقتناء السلعة المعلن عنها."[(7)]

من خلال هذه التّ عريفات التي أوردناها نتبين أن العملية الإشهارية هي عملية تواصلية تستوفي كامل عناصر الدورة الاتصالية, من مرسل و هو صاحب المنتج أو المعلن, و المتلقي الذي هو جمهور المشاهدين الذين يشاهدون الإعلان, و الرسالة التي هي محتوى الإعلان . أو الإعلان نفسه . من صيغة تمثيلية و ترويجية للمنتج المعلن عنه, و الوسيلة أو القناة, و هي مجموع وسائل الاتصال التي يستعملها الإشهار و هنا لدينا التّ لفزيون .

أما الرّ ابطة الأمريكية فترى في الإعلان أنه "الوسيلة الغير الشّ خصية الهادفة إلى تقديم الأفكار عن السّ لع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة نظير جهد مدفوع, و يعتبر الإعلان من أهم وسائل الاتّ صال بين المنتجين و المستهلكين في الأسواق المستهدفة."[(8)] فالمرسل يعتمد على الوسائل المختلفة التي يوفرها الحقل الإعلاني لإيصال رسالته إلى المتلقي, مع ما يكلفه ذلك من مقابل مالي. كما لا يقتصر حقل الإعلان على ترويج منتج أو سلعة, بل يتعداه إلى ترويج الأفكار أيضا.

و يرى أوكستيفلد بأن الإعلان هو" عملية اتصال تهدف إلى التأثير على المشتري من خلال إجراءات و طرق و وسائل غير شخصية يقوم بها البائع, حيث يفصح المعلن عن شخصيته و يتم الاتّصال من خلال وسائل الاتّ صال العامة."[(9)] فالعملية الاتصالية بين المرسل و المتلقي تعتمد على الأسلوب غير المباشر لأنها تتخذ من طرف ثالث وسيلة للتبليغ عن الفكرة المراد إيصالها.

---

(5) Jean brisoux et autres. Gestion de publicité. Canada. Graw hill. 1987. P 5.

(6) فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 7.

(7) المرجع نفسه. ص 8.

(8) عن صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. مخطوط مذكرة ماجستير. جامعة مولود معمري تيزي وزو. ص13.

(9) عن/ ظاهر محسن الغالبي و أجمد شاكر العسكري. الإعلان مدخل تطبيقي. ط2. دار وائل للنشر و التوزيع. الأردن. د ت. ص 17.

و الإعلان عند كروفرد هو "فن إغراء الأفراد على السلوك بطريق معينة."[10] فالإعلان يحاول التأثير في المتلقي لحثه على سلوك معين و توجيه سلوكه نحو وجهة معينة ويجبره في غير قوة على تبني سلوك محدد بذاته و هو اقتناء هذا المنتج. و إن كان الغالبي يرى بأن هذا التعريف يشمل مجالات عدة كالدعاية و وسائل الترويج الأخرى.

و نفس الاتجاه في التعريفات التي أوردها عديد الباحثين للإعلان يأخذه جمال العيفة الذي يعرف الإعلان بقوله " و الإشهار هو عملية اتصالية بين المعلن و المستهلك هدفها النهائي قيام هذا الأخير بفعل الشراء و يستخدم المعلنون وسائط الإعلام و الاتصال الحديثة مثل (التلفزيون الصحف الراديو, الإنترنيت ... من أجل الترويج لمنتوجاتهم مقابل مبالغ مالية يدفعونها لملاك تلك الوسائط."[11]

كلّ التّعريفات التي وقفنا عليها حول مفهوم الإعلان تجمع على أن الإعلان هو رسالة بين مرسل و متلقي, تتم بطريقة غير مباشرة بينهما عن طريق وسيط , مقابل مبلغ مالي هدفها التأثير في المتلقي و جعله يتبنى سلوكا معينا تجاه فكرة أو سلعة معينة .

كانت هذه تعار يف أهل الاقتصاد و الاتصال للإعلان. أما أهل اللغة فيذهبون في اتجاه مختلف نوعا ما في تعريفاتهم عما ذهب إليه هؤلاء.

فالإعلان هو "ما ينشر في الصحفالسّيارة أو يعلق في محلات اجتماع الناس لاطلاعهم على مضمونه."[12]

أما نعمان بوقرة فيرى أن " الإشهار أو الخطاب الإشهاري قائم على الإقناع و الاحتجاج."[13]

و ورد في معجم المصطلحات العربية أن "الإعلان: وسيلة لتعريف الناس بسلعة أو حدث أو عمل عن طريق الكلمة أو الصورة أو هما معا. و قد يقصد بالإعلان الجهر بالأمر بحيث يكون واضح الدلالة رسمي المصدر و ذلك كإعلان الحرب أو الاستقلال."[14]

---

(10) عن/ ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي.ص 17.

(11) جمال العيفة. مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف, الهياكل, الأدوار. د ط. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. د ت.ص 63.

(12) جبور عبد النور. المعجم الأدبي. ط 2. دار العلم للملايين بيروت. لبنان. 1984. ص 77.

(13) نعمان بو قرة.المصطلحات الأساسية في لسانيات النّص و تحليل الخطاب دراسة معجمية. ط 1. عالم الكتب الحديث اربد. جدارا للكتاب العالمي عمان. الأردن. 2009. ص 88.

فالإعلان له مفهوم أوسع من حصره في مجال التسويق بل يمتد ليشمل مجالات عدة مستخدما جملة من الوسائل المتاحة و هناك من يربط الإعلان بالهدف الاتّصالي بحيث يرى بأنه كل ما " ما ينشر في الصحف السيارة أو يعلق في محطة اجتماع النّاس لاطلاعهم على مضمونه , فكل ما كان هدفه هو الاتصال بالجماهير و اطلاعهم عن أمر ما عن طريق وسيلة أخرى يعد إعلانا."[15] أما المعاجم اللّغوية فنجد أنها تعرّف الإعلان بأنّه " وسيلة لتعريف الناس بسلعة أو حدث أو عمل عن طريق الكلمة أو الصورة أو هما معا."[16]

و هناك من يربط مفهوم الإعلان بمجال المعلومات و فن الإغراء, حيث يرى بأنّ " الإشهار تعميم المعلومات في أوسع نطاق بوسيلة معلومة و مرغوبة (مغرية) لغاية اقتصادية."[17] فهو يعمل على نشر المعلومة بطريقة مغرية ليس لغاية في ذاته, بل بهدف آخر مرتبط بالاقتصاد. إلى جانب أنه " يمثل ظاهرة لغوية ثقافية تواصلية تداولية تتفاعل فيها الأنظمة اللسانية و غير اللسانية و تتداخل فيه الخطابات و تتعاضد الإيديولوجيات و تتدافع سلطة الأشكال الرمزية."[18] إنّه مزيج من الخطابات والتّفاعلات و الأنظمة و العوالم الرّمزية.

أما من حيث النّشأة فالخطاب الإعلاني " نشأ و ترعرع في أحضان الخطاب الإعلامي و إن جاز التعبير فقد خرج من معطفه ثم استوى على سوقه بعد ذلك مكونا موضوعه و محددا أهدافه و منهجه و آليات تحليله و عناصره و وظائفه المختلفة, و لغته."[19] حيث يعد فرعا من فروعه.

3.1 . مفهوم الإعلان التّلفزيوني:

---

(14) مجدي وهبة و كامل المهندس. معجم المصطلحات العربية في اللغة و الأدب. ط 2. مكتبة لبنان. لبنان. 1984.ص 51.

(15) محمد الهادي بوطارن و آخرون. المصطلحات اللسانية و البلاغية والأسلوبية و الشعرية انطلاقا من التراث العربي و من الدراسات الحديثة. دار الكتاب الحديث. الجزائر. 2008. ص 28.

(16) مجدي وهبة. معجم مصطلحات الأدب انكليزي- فرنسي – عربي. د ط. مكتبة لبنان بيروت. لبنان. د ت. ص 7.

(17) عمار ساسي. المصطلح في اللسان العربي من آلية الفهم إلى أداة الصناعة. ط 1. جدارا للكتاب العالمي عمان. عالم الكتب الحديث اربد. الأردن. 2009. ص 216.

(18) المرجع نفسه. ص 217.

(19) بشير أبرير. استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي. تداخل الأنواع الأدبية. مؤتمر النقد الثاني عشر 22 . 24 تموز 2008. قسم اللغة العربية و آدابها. جامعة اليرموك اربد الأردن. المجلد 1. جدارا للكتاب العالمي عمان. عالم الكتب الحديث اربد. الأردن. 2009. ص 320.

يعر ّ فـالتّلفزيون علىأنّ ه " نقل للأصوات و الصور المتحركة و غير المتحركة, ملونة أو غير ملونة عن طريق الكهرباء من مكان البث إلى مسافات شاسعة."[20]

و علاقةالتّلفزيون بالفنون على أنواعها وثيقة جدا, فقد اقتضى ذيوعه في العالم أجمع و إقبال أصحاب المواهب عليه تكييف كثير من الأنواع الأدبية لنقلها عبره إلى الناس على اختلاف مستوياتهم الفكرية.

و ظهرت روايات و مسرحياتللتّلفزيون, و وضعت أحاديث و مباحث في قوالب خاصة به و نشرت الثقافة و استعين به في مساندة المؤسسات التعليمية في تعميم المعارف الأولية.

أما جمال العيفة فيرى بأن " التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية سمعية بصرية, و قد أسهم جون بيرد الاسكتلندي و غيره من المخترعين في صناعة أول كاميرا تلفزيونية سنة 1926 و بعدها بعامين أرسل أول رسالة (صورة تلفزية) من بريطانيا إلى أمريكا.

و قد كان التلفزيون في بدايته بالأبيض و الأسود لكنه أصبح ملونا في منتصف السبعينات من القرن العشرين. و يعتبر التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام و ينفرد دونها بمزايا أخرى حيث يقدم للمشاهدين المعارف و الأفكار و الخبرات في مشاهد متكاملة تعتمد على الصورة الحية المعبرة المقترنة بالصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الأحداث و الوقائع."[21]

و في قاموس الأسيل نجد أن التلفزيون هو " إرسال الصور المتحركة إلى بعد عبر أمواج الأثير, جهاز يلتقط الصور المتحركة المرسلة إلى بعد عبر أمواج الأثير."[22]

و عليه فإن الإعلان التلّفزيوني هو ذلك الإعلان الذي يتخذ من التّلفزيون وسيلة له للوصول إلى جمهور المتلقين.

(20) محمد الهادي بوطارن و آخرون. المصطلحات اللسانية و البلاغية والأسلوبية و الشعرية انطلاقا من التراث العربي و من الدراسات الحديثة. دار الكتاب الحديث. الجزائر. 2008 ص133.

(21) جمال العيفة. مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف, الهياكل, الأدوار. ص 115.

(22) الأسيل: القاموس العربي الوسيط عربي عربي. ط 1.دار الراتب الجامعية بيروت. لبنان. 1997. ص 182.

2 . أنواع الإعلان:

لا يمثل الإعلان حالة واحدة أو نوعا واحدا يمكن استخدامه مع جميع المتلقين المحتملين للرسالة الإعلانية. بل هناك أنواع و أقسام متعددة للإعلان وفق مجموعة من المعايير التي يفرضها الهدف من الإعلان نفسه. و تتمثل هذه الأنواع فيما يلي

1.2 . الإعلان الإعلامي:

و يتعلق بتسويق منتج جديدلم يسبق أن وجد في السّوق من قبل, أو ظهور استعمالات جديدة لمنتج قديم لم تكن معروفة من قبل لدى المتلقي و تتمثل وظيفة هذا النوع من الإعلان في إعلام المتلقي بما كان يجهله من معلومات عن المنتج .

2.2 . الإعلان الإرشادي أو الإخباري:

و يهدف هذا النوع إلى إعطاء المزيد من الحقائق عن منتج و خدمة أو فكرة معروفة لدى المتلقي من قبل, و لكن ما يعرفه عنها غير كاف.

3.2 الإعلان التّ ذكيري:

و يهدف إلى محاربة عادة النسيان لدى المتلقي فيما يتعلق بمنتج معين.

4.2 الإعلان التّ نافسي:

و يتعلق بالمنتجات المتداولة بين الناس بشكل كبير لكنها تتعرض لمنافسة شديدة من طرف منتجات أخرى.

5.2 . الإعلان الأهلي أو العام:

و يتعلق بالمنتجات التي توزع بشكل عام في كافة أنحاء البلاد.

6.2 الإعلان المحلي أو إعلان التّ جزئة:

و يتعلق بالمنتجات التي توزع في إقليم محدد فيوجه إلى المستهلكين في ذلك الإقليم فقط.

7.2الإعلان الصّ ناعي أو الفني:

و يتعلق بالمنتجات التي تباع إلى منتجين آخرين لاستخدامها في أغراض إنتاجية أخرى.

8.2 . الإعلانالتّ جاري:

و هو الذي يكون موجها إلى الفئة التي تقوم بشراء منتجات معينة ثم تقوم ببيعها مرة أخرى.

9.2 . الإعلان المهني:

و يتعلق بالإعلان الموجه إلى فئة معينة من المتلقين و مدهم بمعلومات عن منتج لا يستخدمونه بأنفسهم و لكن يوصونالنّ اس باستخدامه كإعلانات الأدوية التي توجه للأطباء فيوصون بها مرضاهم. (23)

(23) ينظر ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 23/20 . و علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل.د ط. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع. الأردن. 2009. ص 38/35.

3 . تاريخ ظهور الإعلان و مراحل تطوره:

1.3 . تاريخ ظهور الإعلان:

يعدّ الإعلان سمة أساسية من سمات هذا العصر,و لون من ألوان الثّقافة و الحياة و المعرفة الإنسانية الحديثة, ذلك لأنه يحاصرنا في كل مكان حيثما ولينا وجوهنا, في المنازل و خارج البيوت, على شاشات التلّفاز و صفحات الجرائد و في لافتات الشّوارع. إنه في كل مكان من حولنا .

هذا الحضور المكثف للإعلان في حياتنا دفع بالكثيرين منا إلى الاعتقاد بأنه وليد العصر الحالي و أحد مفرزات الحضارة و التقّدم التّقني الحديث.

لكن المتأمل في يلة الأمم السّابقة و حضاراتها , يكتشف أنه قديم قدم الإنسانية التي أنتجته, حيث أن معرفة الإنسان بالإعلان " بدأت منذ أن عرف كيف ينتج السلع التي تسد حاجاته من الغذاء

حيث كان يعرض في الأسواق مجموعة من السلع التي ينتجها لبيعها بسلع أخرى و بشكل تبادلي مع الآخرين."[24] فالحاجة إلى القوت و سد حاجات البطن هي من دفعت بالإنسان إلى ممارسة الإعلان عن غير قصد أثناء العملية التّجارية (المقايضة).

والإعلان " فن قديم متأصل في المجتمعات القديمة حيث يعود تاريخه إلى ما قبل الميلاد عندما كان الناس يستخدمون النقوش ثم أسلوب المناداة و الإشارات حتى أصبح متطورا كما نراه اليوم."[25] فالظاهرة الإعلانية ظاهرة قديمة, لكن انتشارها على هذا النطاق الواسع, و بهذا الشكل الكبير الذي نشهده اليوم هو الحديث نسبيا.

1.1.3 . ظهور الإعلان لدى الغرب:

تعود البوادر الأولى لظهور الإعلان لدى الغرب إلى أزمنة غابرة, موغلة فيالتّاريخ حيث بدأ عن طريق المحادثة بين فردين كضرورة فرضتها العمليةالتّجارية في تبادلالسّلع, من أجل تبيان كل طرف لمحاسن سلعته. ليتطور بعد ذلك تطورا تدريجيا بطيئا, قاطعا مراحل و أشواط عدة ففي العصر القديم و الوسيط كانت الأمية و الجهل بقواعد القراءة و الكتابة هيالسّائدة, وهذا كان " سببا في استخدام النقوش والإشارات والرموز كوسائل لإيصال الرسائل الإعلانية."[26] فقد كانت الأمية دافعا للإنسان لأن يبتكر وسائلا للإعلان عن وجوده والدّلالة علىالنّشاطالّذي يمارسه دونما حاجة للجوء إلى الكتابة التي يجهلها طرفي العمليةالتّجارية.

و نظرا لكون أسلوبالنّداء أو المناداةللتّعريفبالشّيء أوالتّشهير به هوالسّائد بين مجتمعات ذلك العصر الّذي كانت الأميةالسّمة المميزة لهفإنّ هذا الوضع قد " استغله علماء أقيوسيا و ايرلندا في عهد شارلمان حين كانوا يقصدون ساحة ايكس لاشابيل و يجوبون المدن منادين: نحن بائعوا العلم من يريد شراء العلم ؟ و هي أول صيغة انطوت على الطابع التجاري للإشهار و إن كان ذلك ضمنيا لأن المنتوج هنا لم يكن واضح و صريح."[27]

كما أن للإعلان أصول سياسية و دينية, تعود إلى العهد اليوناني " حيث شهدت الساحة العامة اليونانية تعاقب الرجال العامين على منبر الخطابة لوعظ المواطنين و كانوا يريدون من ذلك إشراكهم (بيعهم) أفكارهم حول تسيير الملك العام."[28] .

أما الأصول الدينية للإعلان فتعود إلى ما مارسه تلاميذ عيسى عليه السلام (الحواريون) " حين كانوا يمدحون محاسن الدين الجديد."[29]

---

(24) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 30.

(25) عادل راشد أحمد. الإعلان. د ط. دار النهضة العربية للطباعة و النشر بيروت. لبنان. د. ت. ص 5.

(26) ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 15.

(27) فايزة يخلف. مبادئ في سيميولوجيا الإشهار. ص 30.

(28) المرجع نفسه. ص 30.

ولا يمكن أن ننسى دورالشّعراء الجوالون مثل هوميروس, حيث كانوا يجوبون بقاعا مختلفة من البلاد اليونانيةللتّشهير بزعمائهم و قادتهم و الإعلان عن أمجادهم و بطولاتهم في الحروب.

2.1.3 . ظهور الإعلان لدى العرب:

كثيرون منا يعتقد أن الإعلان من انجازات الحضارة الغربية و قد وفد إلى البلاد العربية مع ما وفد إليها من المظاهر و المنتجات الحضارية الأخرى , لكن الواقع عكس ذلك حيث "يرجع المؤرخون بداية الإشهار في البلاد العربية إلى عهود قديمة ارتبطت بقولالشّعر و اشتقت أصولها من ذات الخمار الأسود, و هي قصيدة صنفت في إطار المقامات الأدبية الاجتماعية."(30)

و يمكن تلخيص قصة ذات الخمار الأسود, في كونالشّاعر ربيعة ابن عامر الملقب بمسكين الدرامي قد انقطع للزهد و تفرغ للعبادة و التقيد بأمور الدين , و هاجر الشعر و الشعراء.و بينما هو في زهده و تعبده ذاك, قدم إلى المدينة تاجر يبيع خمرالنّساء, و كان الكساد سائدا في المدينة آنذاك, فكسدت بضاعةالتّاجر الّذي خاف من الخسارة و العودة إلى بلاده خالي الوفاض بعد مشقة التّجوال والتّرحال, فأشار عليه بعض النّاس بأن يقصد مسكينالدّرامي ليساعده على أمره ففعل. و بعدما قص عليه قصته أجابه مسكين بأنه قد هجر قولالشّعر و انقطع للعبادة, فاغتمالتّاجر و حزن كثيرا, و حين رآه مسكين على حالته تلك صعب عليه أمره فعطف عليه, وغادر المسجد و وقف معه فيالسّوق منشدا:

قل للمليحة في الخمار الأسود * ماذا فعلت بزاهد متعبد

قد كان شمر للصّلاة ثيابه * حتى وقفت له بباب المسجد

فسلبت منه دينه و يقينه * و تركته في حيرة لا يهتدي

ردي عليه صلاته و صيامه * لا تقتليه بحق دين محمد

و شاع بينالنّاس أن مسكينالدّراميأحبّ امرأة ذات خمار أسود, و هذا ما دعاه إلى العودة لقرض الشّعر. و خرجت نسوة المدينة يطلبن الخمار الأسود حتى نفذت بضاعةالتّاجر بأضعاف ثمنها, و عاد إلى بلاده رابحا مجبور الخاطر.

و تعد هذه الحادثة بمثابة الانطلاقة الحقيقية للإعلانالشّفوي في البلاد العربية.

---

(29) المرجع نفسه. ص 30.

(30) محمد فريد الصحن. الإعلان العربي: الأصول و التحديث. د ط. دار المعرفة الجامعية القاهرة. مصر. 1998. ص 12.

2.3 . مراحل تطور الإعلان:

1.2.3 . مراحل تطور الإعلان في الغرب:

1.1.2.3. مرحلة ما قبل الطّباعة:

و يحددها الزغبي بالفترة من قبل الميلاد حتى القرن السّادس عشرة بعد الميلاد (16). و في هذهالفترة من العصور التّاريخية القديمة. " كان الناس يستخدمون النقوش مثل الموجودة في المعابد الأثرية, أيضا استخدم الناس في الأسواق أسلوب المناداة و الرّموز كوسائل للوصول إلى أكبر عدد ممكن من النّاس للتّدليل على سلعة معينةأو إبلاغهم بوصول السّفن و البضائع إلى النّاس."[31] فالمناداة و الإشارات و الرّموز كانت من الوسائل الفعالة و النّاجعة التي عرفتها هذه المرحلة من التاريخ لإبلاغ الجمهور بالرّسائل الإعلانية عن طريق المنادين الذين كانوا يجوبون الأسواق و الشوّارع و الأزقة حاملين إلى النّاس ما استجد من أمور " و كانت المحلات التجارية تضع خارجها إشارات و رموز تدل على نوع تجارتها و الخدمات التي تقدمها لتسهيل

(31) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 31.

اهتداء الناس إليها."[32] فمثّل الثّعبان الملتف حول الكأس على الصّيادلة و دلّ الحذاء الخشبي على الإسكافي و صانع الأحذية, و غير ذلك من رموز المهن.

2.1.2.3 . مرحلة الملصق الحائطي:

في عام اثنان و ثمانون و أربع مائة بعد الألف (1482) ظهر أوّل ملصق حائطي, و نتج بذلك مرحلة جديدة من مراحل الإعلان,حيث انتقل من الشّفوي إلى المكتوب. و كان أول ظهور له في " الملصقة الحائطية التي كان موضوعها Le grand pardon de Notre dame de Paris و تضمنت إعلاما لزبائنها بموعد هذا الحفل الديني, و كان تمثيلها الأيقوني بسيطا في شكله معبرا في مضمونه, فقد تضمن صورة الجيش الملكي و صورة العذراء مريم مع طفلها و هو الملصق الذي اعتبر أوّل شكل من أشكال الاتّصال الحكومي بالعامة, حيث أشرفت عليه السّلطات الملكية آنذاك و دعت فيه و دعت فيه الجميع لحضور هذا الحفل."[33] .

و كان هذا الإعلان إيذانا بمرحلة الإعلانات الحائطية التي كانت تكتب باليد و انتشرت في كامل أوربا حيث كانت تعلق في الكنائس " و هي في مجملها عبارة عن حملات, كانت من حيث المضمون نوعا من الاتّصال الاجتماعي."[34] .

و قد تحولت هذه الملصقات الحائطية فيما بعد إلى لافتات تعلق على أبواب المحلات و المتاجر حيث يعمد التجار إلى تضمينها صورا لسلعهم و مزاياها " كما كانوا يحفرون هذه الإعلانات و يرسمونها على حوائط المنازل و الحوانيت."[35]

و لكن إذا ما عدنا إلى الخلف فإننا نجد الملصق الحائطي المكتوب بخط اليد قد سبقه قبل ذلك أيضا إعلانات مكتوبة, حيث " وجدت في مدينة بومبي بايطاليا بعض الإعلانات المكتوبة على ورق البردي عن أشياء معروضة للبيع أو عن مكافأة."[36]

3.1.2.3 . مرحلة ما بعد الطّباعة:

و يحددها الزغبي بالفترة الممتدة بين سنة ست مائة بعد الألف ميلادية (1600 م) وخمسة و ثمانون و سبع مائة بعد الألف ميلادية (1785).

" حيث بدأ الإعلان يأخذ شكلا مميزا بعد اختراع الآلة الطابعة."[37] فقد انتقل الإعلان من مرحلة الكتابة بخط اليد إلى الكتابة بالآلة الطّابعة.

---

(32) ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 15.

(33) فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 31

(34) المرجع نفسه. ص 31.

(35) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 10.

(36) المرجع نفسه. ص 9.

(37) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 31.

و قد أدى ظهور الطّباعة إلى تطور الإعلان إذ "توفرت له إمكانيات أكبر للاتّصال بأعداد هائلة من الجمهور تتخطى حدود المنطقة الواحدةوساعد في ذلك انتشار التعليم و ظهور الصّحف و المجلات و تداولها بشكل كبير."[38] فظهور الطّباعة دفع بالإعلان إلىالدّخول لعالمالصّحافة, بحيث كان أول إعلان نشر فيالصّحف عن كتاب بلندن في الفاتح من فيفري سنة خمسة و عشرون و ست مائة بعد الألف الميلادية (1625). و كانت مواضيع الإعلانات في ذلك الوقت تتمحور حول الكتب و الأدوية والشّاي و البن و الأشياء المفقودة والصّبياروالصّناع الهاربين, و تنشر في ما يسمى بكتب الأنباء News book**, و** قد أطلق على هذه الإعلانات آنذاك اسم النّصائح. لأن كلمة إعلان الحالي لم تعرف هذا الاستخدام إلاّ في عام 1655.[39] و بعد ذلك أخذت الإعلانات فيالتّطور " و ظهرت بشكل مميز باستخدام الألوان و الأحرف الكبيرة, و العناوين الملفتة للنظر و بعدها أصبحت تطبع في الصحف و المنشورات اليومية و الأسبوعية."[40]

و مع تطور الحركة الإعلامية في ميدان الصحافة المكتوبة و انتشار الصحف و المجلات و الدوريات و الكتيبات زاد استخدام الإعلان, حيث " يشير تاريخ الصحافة إلى أن هناك من رجال التحرير من وضع الإعلان فوق المادة التحريرية إشارة إلى أهمية الدور الذي تلعبه الإعلانات في حياة الصحافة و في الحياة الاقتصادية على السواء."[41]مثل بنجامين فرانكلين الذي وضع الإعلان قبل المادة الإخبارية على رأس الصفحة الأولى في أول عدد أصدره من Pennsylvania Gazette عام 1729 و الذي لقبه الكثيرون بأبي الإعلان في الولايات المتحدة الأمريكية.

4.1.2.3. مرحلة الثّورة الصّناعية:

مما زاد للإعلان شأنا و أهمية في هذه المرحلة تطور الصّناعة و ما نتج عنها من كبر حجم الإنتاج و تعدده و ازدياد حدة المنافسة بين المنتجين, ما جعل الإعلان ضرورة من ضروريات الاقتصاد و تصريف الإنتاج,و أحد المستلزمات الأساسية لأطراف العملية التّجارية المنتج و الموزع و المستهلك.

و قد فرضهذا الوضع حتمية تتمثل في سن شروط اقتصادية للتّعامل بين المنتج و المعلن و هكذا دخل الإعلان مرحلة جديدة من مراحل حياته و تطوره. " و قد شهد القرن التاسع عشر

(38) محسن طاهر الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 16.

(39) ينظر فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 31. و الزغبي علي فلاح. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 32.

(40) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 32.

(41) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 10.

تقدما في الإعلانات الصحفية نتيجة لتطور الثورة الصناعية التي زادت من الإنتاج زيادة كبيرة كان لابد و أن تكون مصحوبة باستنباط الوسائل اللازمة لتصريف هذه المنتجات. "[(42)].

فالثّورة الصناعية قد زادت من حجم الإنتاج, و تعددت أنواعه, فزادت حدة المنافسة بين المنتجين " مما جعل استخدام الإعلان أمرا حتميا لتصريف الفائض أمام تحديات المنافسة."[(43)]

و قد أسهم في هذه الحركة عاملان اثنان,تمثّل الأول في انتشار المجلات و الصّحف بثمن زهيد. أماالثّاني فقد تمثّل في انتشار التّعليم و ارتفاع مستواه.

كما شهدت هذه المرحلة ظهور مكاتب للإعلانات في كل من فرنسا و ايطاليا و أمريكا حيث ظهر معها أول أجر للإعلانات المنشورة في جريدة ميسيو أونيفيرسيل Monsieur universal و هي نفس الفترة التي أقرّ فيها إميل دي جراردن Émile de Gérardin أنّه على الإعلانات دفع أجر للجريدة فتجاوزت موارد الإعلاناتالصّحفية موارد الاشتراكات و بدت ظاهرة تفوق إيرادات التّوزيع بادية للعيان .

و قدلقبت هذه الفترة بالعصر الذّهبي للإعلان الصّحفي نظرا للأرباح الهائلة التي حققتها الصّحافة من وراء الإعلانات في الفترة الممتدة بين عام 1914 و 1929, حيث ساعدت الحرب العالمية الأولى على استمرار هذا الوضع حتى بداية الأزمة الاقتصادية التي عصفت بالعالم بداية الثلاثينات.[(44)]

5.1.2.3مرحلة الإعلان السّمعي البصري:

وفي هذه المرحلة ظهرت الإذاعة و أصبح يعتمد عليها كوسيلة من وسائل الإعلان الجديدة حيث حققت نجاحا كبيرا " نظرا لسهولة تصميم الرسالة الإشهارية ... و اعتمادها على حيوية استخدام الصوت."[(45)] فبعدما كان الإعلان مطبوعا على ورق الجرائد, أصبح له صوت حي ومسموع,هذا الصوّت الذي دعم فيما بعد بواقعية الصوّرة بعد اختراع التّلفزيون.

" ففي هذه الفترة دخل التلفزيون كوسيلة إعلانية جديدة حققت نجاحا كبيرا."[(46)]حيث بثّ أول إعلان تلفزيوني لمدة 15 ثانية في 1 أكتوبر 1968 في فرنسا على قناة TF1, و قد مزج هذا الإعلان بين عناصر جديدة لم تكن مألوفة في الإعلانات من قبل,فهناك الدّيكور وأشخاص يمثلون الرّواية المؤلّفة عن المنتج,مع الاعتماد على لغة جمعت بين الشّعر و النّثر,الأمر الّذي أبهر الجمهور الفرنسي.

---

(42) المرجع نفسه. ص 10.

(43) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 32.

(44) ينظر فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 32.

(45) المرجع نفسه. ص 33.

(46) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 14.

و هذا النّجاح الذيقليه الأسلوب الجديد في الإعلان شجّع القائمين عليه على زيادة الوقت الذي تستغرقه الوصلات الإعلانية التلفزيونية. و في ما لا يقل عن عشر سنوات أصبح التلفزيون ثالث وسيلة إعلانية كبرى في كل من بريطانيا و ايطاليا و ألمانيا و الولايات المتحدة الأمريكية حيث وصلت مدة البث الإعلاني سنة 1976 إلى الربع من فترة البرمجة الإجمالية.(47) و ببلوغ الإعلان لهذه المرحلة يكون قدبلغ مرحلة الممارسة العلمية التي كللت فيما بعد بالتّأسيس العلمي لهذا الشّكل من أشكال الاتّصال.

2.2.3 . مراحل تطور الإعلان في العالم العربي:

مثلما مرّ الإعلان في العالم الغربي بمراحل متعددة في مسيرته التّطورية حتى انتهى به المطاف إلى ما انتهى إليه كعلم قائم متخصص له أصوله و قواعدفقد مرّ أيضا في العالم العربي بمراحل مماثلة حتى انتهى به المطاف إلى الاحتكاك بالإعلان لدى الغرب لينهل منه.

و تتمثل هذه المراحل و الأشواط التي قطعها الإعلان العربي فيما يلي:

1.2.2.3 . مرحلة الإعلانالشّفوي:

كانت المناداة من أولى أساليب الإعلان التي استخدمها الإنسان العربي في المدن القديمة كبغداد و القاهرة. و قد كان البراح في أزقة تلمسان و قسنطينة و العاصمة مثلا " يتجول في الأسواق و بين أزقة البيوت و يعلن عمااستجدّ في البلاد من أخبارالسّلع و البضائع و الصناعات التي كانت تحتضنها فضاءات تلك المدن.(48)

و تجدر الإشارة إلى أن البراح ما يزال موجودا في عصرنا الحالي , ففي ميزاب مثلا مازال يستعان به في تصريف سلعة ما في السوق, حيث يعلن عن مزايا المنتج و جودته خاصة فيما يتعلقبالمنتجات التّقليدية.

كما أن المتجول في أسواقنا الشّعبية يلاحظ أن ظاهرة التّبراح ما تزال قائمة في الوقت الراهن و إن أصبح يستعان فيها بما وفرته التّكنولوجيا من وسائل حديثة (الميكروفون)لإيصال الصّوت إلى رواد الأسواقو تكثر ظاهرة التّبراح خاصة لدى باعة الأعشاب الطّبية والخلطات التّقليدية.

و بعد ذلك أصبحت المناداة مهنة منظمة لها قواعدها الخاصة, و معترف بها من طرف السّلطات, حيث يتولى " المنادي تبليغ أخبار وصول السفن أو القوافل التجارية و أنواع البضائع المحملة و أسماء التّجار و أصحاب هذه القوافل, و قد شاعت هذه المهن بشكل كبير في مصر و الشّام وهذا لاعتمادها على تجارة الاستيراد من الهند و الصّين."(49)

---

(47) عن فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. بتصرف. ص 33.

(48) عن فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. بتصرف. ص 34.

(49) نادية العارف. الإعلان. د ط. الدار الجامعية. القاهرة. 1993. ص 7.

2.2.2.3مرحلة استخدام الإشارات و الرّموز:

نظرا لحدة المنافسة التي ميزت السّوق العربية في الماضي,اهتدى بعض التّجار إلى ابتكار أسلوب جديد للإعلان عن تجارتهم يعوض أسلوب المناداة و" كانت الخطوة التّالية في تطور الإعلان هي استخدام الرّموز و الإشارات (التّعبير المرئي) لاسم البائع أو الصانع,و هذا للدّلالة على مكان التّاجر و نوع بضاعته أو شخصية البائع."[50] .

و قد كان الحافز الأكبر لاستخدام هذا النّوع من الإعلان مثلما أسلفنا هو ازدياد حدّة المنافسة بين التّجّار و الصّناع. "فكان الحلاقون في مصر يتّخذون رمزا لهم عمود ذو خطوط بيضاء و حمراء على التّوالي إشارة إلى الضّمادات الطّبية المستخدمة فيما يقومون به من عمليات جراحية."[51] كما كان الهلال يشير إلى الطّبيب, و الحذاء إلى الإسكافي، و الجمجمة إلى الخطر,و غيرها من الإشارات المختلفة التي علّقت فوق دكاكين العطارين و أبواب الحانات بغية تعريف النّاس بنشاطاتهم.

و يبدو أن انتشار الأمية بين عامة الناس كان الدافع الخفي وراء اللجوء إلى استخدام هذا النوع من الإعلان "فانتشرت الألوان و التصاميم الجذابة و الأحجام الملفتة للنظر و هذا كله لاستقطاب أكبر عدد من الزبائن."[52]

3.2.2.3 . مرحلة الإعلان المكتوب:

بعد ظهور الطّباعة تطور الإعلان نظرا لما توفرت لديه من إمكانات أكبرللاتّصال بأعداد هائلة من الجمهور الذي يتخطى المنطقة الواحدة،و هكذا انتقل الإعلان من الشّفوية والرّمزية إلى الكتابة " و قد يكون المصريين القدماء أول من استخدم الكتابة في الإعلان , حيث أن أول إعلان مكتوب عرف أمره هو إعلان مصري سجل على قطعة من ورق البردي ير جع تاريخه إلى ألف عام قبل الميلاد, كتبه أمير مصري يعلن فيه عن مكافأة لمن يرد له عبده الذي هرب منه."[53] " و هذا الإعلان لا يزال محفوظا في المتحف البريطاني بلندن."[54]

(50) فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 35.
(51) محمد الحناوي. إدارة التسويق مدخل الأنظمة و الاستراتيجيات. دار الجامعات المصرية.مصر. 1986. ص 34.
(52) فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 36.
(53) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 9.
(54) عبد الله أبو ركبة. الإعلان. د ط. دار الشروق جدة. السعودية. 1988. ص 18.

كما وجدت أيضا في مدينة بغداد بعض الإعلانات المكتوبة على الجلود الثمينة, عن أشياء معروضة للبيع و عثر أيضا في اليمن على آثار منسوخة بخط اليد تحمل أخبار الزواج و الوفيات و المواليد, و كذا أوامر الحكم و القوانين الجديدة الصادرة آنذاك.(55)

أما أول إعلان مكتوب في الصحافة ظهر في الوطن العربي كان في جريدة **بريد مصر** في 28 أوت 1798 و داومحتواه حول شرح كيفية الاشتراك في الصحيفة و طريقة دفع قيمته.

و بعدها جاءت جريدة الوقائع المصرية التي اهتمت بنشر الإعلانات وخصصت لها ركن أشرف عليه رفاعة الطهطاوي بعد عودته من فرنسا عام 1831. و قد خصصت الجريدة للإعلانات في عددها 624 صفحة كاملة عن العقارات.

و في عام 1875 ولدت جريدة الأهرامو هي نفس الفترة التي شهدت هجرة كثيفة للصحافيين من لبنان و سوريا إلى مصرو قد كان لهذه الجريدة السبق في مجال الإعلان الحديث, حيث صدر أول إعلان تحت عنوان كلمة إعلان في عددها الأول في الصفحة الثالثة و هو إعلان عنافتتاح مكتب للترجمة.

و في عددها الثامن في 23 سبتمبر 1876صدر إعلان عن شركة للتأمين, و قد التجيء فيه و لأول مرة إلى الرسّم و الصوّر كعنصر أساسي في التمثيل الأيقوني للرسالة الإعلانية.(56)

4 . وظائف الإعلان:

بالرغم من الانتقادات العديدة الموجهة للإعلان, سواء من طرف جمهورالناس أو من أهل الاختصاص من اقتصاديين و غيرهم, كونه يزيد من أعباء الحياة المادية, ويصعبها عليهم نظرا لكونه يروج دوما للقيم الاستهلاكية في المجتمعات. إلاّ أنه لا يمكن إنكار أن له جوانب ايجابية متعددة إلى جانب سلبياته, و له وظائف يؤديها, و لعل أبرز هذه الوظائف ما يلي:

1.4 . الوظيفة الاقتصادية:

يقوم الإعلان بتقديم عرض عام لكافة المنتجات المتوفرة و المتاحة في الأسواق, كماأنه " يخبرنا عنالبديل للسلعة إذا ما كانت غير متوفرة."(57) و هذه المهمة يقوم بها ما يطلق عليه الاقتصاديون الإعلان غير التنافسي الذي " يكون أداة لتعريف الجمهور بوجود أصناف جديدة هم بحاجة حقيقية إليها من السلع."(58)

و نظرا لكون الإعلان يهدف إلى التأثير في المتلقي, و من ثم إقناعه بما يروج له, و من أجل تحقيق هذا التأثير و هذا الإقناع المطلوب لابد من خضوعه إلى تخطيط "و يتمثل أساس هذا

---

(55) ينظر المرجع نفسه. ص 19.
(56) عن فايزة يخلف. مبادىء في سيميولوجيا الإشهار. بتصرف. ص 37.
(57) جمال العيفة. الإعلام و الاتصال. ص 62.
(58) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 21.

التّخطيط في وجود دراسة تسويقية متكاملة تربط بين كافة عناصر المزيج التّسويقي ضمن التّسويق الّذي يعد فرع أساسي من علم الاقتصاد."[59]فوجود دراسة عامة عن السّوق و التخطيط للعملية التسويقية يساعد على اكتشاف ما يحتاجه الناس في حياتهم,و بالتّالي ما يخدم عجلة الاقتصاد و التّنمية لأنّ العملية التّسويقية هي بمثابة شريان الاقتصاد .

و ما دمنا نتحدث عن العملية التّسويقية و التّخطيط لها فإنّ هذا الأخير يعمل على خلق الحركة والنّمو في الحياة الاقتصادية "فالإعلان حينما يركّز الانتباه على سلعة أو خدمة موجودة أو يوجّه النّظر إلى سلعة جديدة ,إنّما يعمل على زيادة الاستهلاك,و بالتّالي إلى التّوسع في الإنتاج مما يؤدي إلى خفض نصيب الواحدة من هذه السلّع من التّكاليف الثّابتة."[60]فزيادة الإنتاج و وفرته يؤدي بالضّرورة إلى تخفيض تكلفته على المستهلك الّذي يقبل على اقتنائه.

و عليه فالرّسالة الإعلانية لا تكتفي بمضمونها اللّغوي الخطابي لخلق رد الفعل لدى المتلقي بل تحوي أيضا الجانب الاقتصادي الذي يسهم هو الآخر في خلق ردة الفعل هذه و تحقيق الهدف الرّئيسي من الإعلان, و هو تغيير سلوك المتلقي.

2.4 . الوظيفة الاجتماعية:

للإعلان صلة وثيقة بالمجتمع لأنه يشكل حلقة ربط بين فئتين منه المنتجون و المستهلكون كما يمكن عده أيضا صلة ربط بين المجتمعات المختلفة, نظرا لكونه ينبثق من الوسط الاجتماعي " فالإعلان يتأثر بالمجتمع المحيط به كما يؤثر فيه, فهو يتلاءم مع ظروف حياة النّاس و مثلهم و قيمهم و عاداتهم فإنه يؤثر كذلك في المجتمع بقدر ما ينشط بأسلوب سليم أو غير سليم."[61]إنّه يحقق التفاعل بين فئات المجتمع, فهو يؤثر و يتأثر من خلال استثماره لعادات و تقاليد المجتمع من أجل تحقيق التّأثير الإيجابي لا السلبي. إذ لا يحمل المتلقي على الاقتناع بمنتج معين فقط, بل يحمله أيضا على سلوك معين في الحياة. و لابد له من استيعاب واقع الحياة الاجتماعية للمتلقين المتوجه إليهم به, من أجل اجتناب الدّعوة إلى سلوكيات و عادات سمجة يعافها الذّوق الاجتماعي.

---

(59) فايزة يخلف. مباديء في سيميولوجيا الإشهار. ص 41.

(60) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 21.

(61) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 30.

كما يقوم الإعلان " بدور إرشادي يخدم المجتمعات بصفة عامة, فقد يرشدنا إلى كيفية الاستعمال الصّحيح للسلعة و صيانتها."[62] فجهلنا باستعمال الكثير من الأشياء يدفعنا إلى تجنبها و إن كانت ضرورية لتسهيل أمور حياتنا.

ونظرا لكون هدف الفرد الأساسي هو الحصول على ما يناسبه من منتجات في زمان و مكان مناسبين له فالإعلان يقوم بهذه المهمة من خلال تعريف المستهلك بالمنتجات, و كذا "تسهيل مهمة الاختيار بين السّلع عن طريق ما يحصل عليه من معلومات و بيانات عن كل منتج و زمان و مكان توافر السّلعة بأسعار أقل و كميات أكبر, و تزويد المستهلك بمهارات مفيدة تساهم في تخليصه من متاعب كثيرة."[63] فالإعلان يخدم المستهلك أو المتلقي و يوفر عليه الكثير من الجهد في البحث عمّا يريده عمّا يناسبه, و يساعده على تعلم مهارات جديدة تستدعيها ظروف حياته من خلال تعريف سريع بما هو جديد من سلع أو ما طرأ على سلعة موجودة من تحديث.

و مثلمايخدم الإعلان متلقي الرّسالة الإعلانية, فإنه يخدم كذلكصاحب هذه الرّسالة و هو المنتج حيث يساعده على جذب المستهلكين الجدد عن طريق إقناعهم باقتناء هذه المنتجات. كما يوفر عليه الوقت و الجهد اللاّزمين في إقناعهم عن طريق الاتّصال المباشر, و يساهم بذلك في تكوين شهرة لاسم المنتج.

3.4 . الوظيفةالتّعليمية:

لا يمكنالنّظر إلى الإعلان علىأنّه مجرد عملية ترويجية للمنتجات الهدف منها تحقيق أكبر نسبة من الأرباح, بل يمكن اعتباره أيضا معلّما للأفراد "بحيث أن الإعلانات خلقت نوعا من الوعي الاجتماعي و أصبحت عنوانا لتطور أنماط الحياة الإنسانية."[64] فهو يؤثر في أفكارالنّاس و يوسع ثقافتهم الحضارية المتطورة.

فحين يعمل على إقناعهم يستخدم الحجة و المنطق الذي يحملهم على تعلم أشياء كانوا يجهلونها من قبل. فالإعلان يعتبر أداة من أدوات الثقافة بالإطّلاع أو الاستماع إليه يتعلم النّاس أشياء جديدة تتعلق بتركيب السّلع المختلفة و تكوينها و استخداماتها و فوائدها و تاريخها و ما إلى ذلك من معلومات عنها."[65] فلولا الإعلان لما تعلم النّاس الكثير عن المنتجات و استخداماتها المختلفة فهو الّذي يوجّه المستهلكين إلى مزايا حقيقية قد يكونوا في حاجة إليها فعلا في السّلعة. "[66] فهو إذن

---

(62) جمال العيفة. مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف, الهياكل, الأدوار. ص 62.

(63) ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 28 بتصرف.

(64) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 34.

(65) عادل راشد أحمد. الإعلان. ص 30.

(66) جمال العيفة. مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف, الهياكل, الأدوار. ص 62.

وسيلة من وسائل نقل الأفكار من المرسل إلى المتلقي، ينقل إليه من المعلومات ما يزيد في ثقافته الاقتصادية و الاجتماعية و المعرفية.

5 . أهداف الإعلان:

يظل الهدف الرئيس و الأساسي للإعلان هو إحداث تغيير في ميول و سلوكيات و اتّجاهات المتلقين المحتملين للرسالة الإعلانية.

فالإعلانوسيلة يعتمد عليها كثيرا في تغيير سلوك المتلقين و دفعهم إلى التّصرف بطريقة أكثر قبولا للمنتج المعلن عنه, فالمعلن (المرسل) يحاول إغراء المتلقي بالمنتج من خلال استخدام الإعلان المناسب للمنتج و الذي يمكنه من توفير الإقناع المناسب من خلاله. فلولا الإعلان لما تحقق هذا الأمر.

و وجود هذا الهدف الرئيس للإعلان لا يمنع من وجود أهداف أخرى يسعى إلى تحقيقها و تتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

1.5 . توفير المعلومات:

يعدّالإعلان رافدا هاما لمعرفة كل جديد في السّوق, سواء تعلق الأمر بالمنتجات أو الخدمات فهو " من خلال إمداد المستهلك بالمعلومات و البيانات التي تساعده على اكتشاف كثير من

الجوانب التي كان يجهلها عن السّلعةو كثيرا ما نجد أفرادا تتأثر قراراتهم الشّرائية بشكل ملحوظ بسبب الإعلان."(67)فالجهل بالمنتج يسبب عزوفا عن الشّراء, و على العكس إذا ما توفرت معلومات عنه و بالشّكل الكافي, هذه المعلومات الّتي " توضح للمستهلك مزايا و صفات المنتج الجديد أو الجوانب التي يجهلها عن السّلعة, تخلق الرّغبة في الحصول عليها."(68) فالإعلان عبارة عن مثير و منبه للمتلقي يحاول خلق رغبة معينة لديه (المتلقي), و استجابة المتلقي لهذا المثير يكون باقتناء المنتج الذي حاول الإعلان أن يضفي عليه هالة من الأهمية بمتابعة التّطورات و التّغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة بالمتلقي.

2.5 . تغيير رغبات المستهلكين:

قديما قيل بأن الطّبع يغلبالتّطبع. فبمجرد الأخذ بهذه المقولة يتبين لنا صعوبة إحداث تغيير في الآخر, و هذه هي العقبة التي تقف في طريق الإعلان,لأنّ " تغيير رغبات و اتجاهات المستهلكين مسألة صعبة."(69) لكن الإعلان وحده هو الّذي " بإمكانه القيام بهذه المهمة إذا أحسن تصميمه و استخدامه و إخراجه بإبراز فوائد المنتج لإقناع المستهلك, و أن يكون المستهلك راغبا في تغيير سلوكه, و أن يخلق الإعلان جوا عاما يؤكد للمستهلك سلامة قراره بقبول الفكرة أو الرّغبة الجديدة."(70)

فالإعلان عليه أن يبدو كصديق للمتلقي كي يحدث فيه التغير المنشود, و يجعله يعتنق ما يروج له على أنه هو الأفضل فعلا له, من خلال تقديم محتوى الرسالة الإعلانية و إخراجه في أحسن صورة يمكنها إحداث الأثر المرجو في المتلقي , مع ضرورة أن يكون لدى هذا الأخير الرغبة في تغيير سلوكه, أي لديه قابلية للتأثر.

و يستطيع الإعلان القيام بمهمة التأثير و التغيير إذا استوفى مجموعة من الشروط المتمثلة فيما يلي

.إبرازه للمزايا و الفوائد التي يجنيها المتلقي إذا ما اقتنى المنتج.

. أن تكون لدى المتلقي قابلية و جاهزية لتقبل الأفكار الجديدة.

. على الإعلان خلق جو عام من التأييد للمتلقي من خلال التأكيد له على سلامة القرار الذي اتخذه بقبوله للجديد.

. إنّ مسألة تغيير الميول و الاتجاهات لدى المتلقي تحتاج لمتابعة الحالات و الأدوار المختلفة التي يمر بها, ذلك أن التغيير لا يأتي دفعة واحدة, بل يحتاج إلى مراحل.

---

(67) ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 24.

(68) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 41.

(69) ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 24.

(70) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 42.

5.3 . تغيير تفضيل المتلقين للماركات المختلفة:

المتلقي هو دوما أمام خيارات عديدة و متعددة لذلك يجد المنتج نفسه في حاجة ماسة إلى وسائل و طرق يمكنه بواسطتها جذب اهتمام المتلقين بما يطرحه هو من بديل جديد لما هو متوفر من نفس النوع " بمعنى أن يحول تفضيلهم من ماركة منافسة إلى ماركته هو , و في هذه الحالات يعتمد المعلن على الرغبات و الحاجات الحالية للمستهلكين."[(71)] لذلك يجد المعلن أو صاحب المنتج في الأساليب الإعلانية المتنوعة سبيلا و وسيطا لتحقيق هذا التغيير في تفضيل المتلقين لمنتجه دون المنتجات الأخرى " عن طريق استخدام وسائل الإعلان المتعددة."[(72)] فالإعلان يمد المعلن بوسائل و طرائق متنوعةتمكنّه من جذب انتباه المتلقين وبالتّالي خلق قاعدة من الزّبائن الأوفياء لمنتجه.

و هذا ما رأيناه عند متعامل الهاتف النّقال [نجمة] عندما بدأ بطرح منتجه في السّوق الجزائرية حيث أن الإعلان أمده بوسيلة جديدة و مغايرة لما كان معروفا لدى المتعاملين الآخرين, فقد اعتمد في انطلاقه على انطلاقة حصة مرتبطة بمنتجه و هي حصة (آخر كلمة) و هو أسلوب جديد في رعاية الحصص التّلفزيونية, و الاعتماد على تصويت الجمهور لبدأ انتشاره ولاية بعد ولاية من خلال الأصوات التي تتحصل عليها كل ولاية كل أسبوع .

و كذلك ما اعتمده أيضا أحد المستوردين لزيت الجنسنغ حين دخلت أول مرة السّوق الجزائرية حيث عمد إلى زيارة مصلحة التّوليد بمستشفى مصطفى باشا الجامعي بالجزائر العاصمة, و قام بتوزيع قنينات (عينات) صغيرة على الأمهات هناك, مع شرح مزايا هذا الزّيت و فوائد استعمالها, و أنها البديل لكل الزّيوت المتوفرة في السّوق الجزائرية بكل أنواعها.

(71) ظاهر محسن الغالبي. الإعلان مدخل تطبيقي. ص 25.

(72) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 42.

6 . عناصر الإعلان:

يحتوي الإعلان على جملة من العناصر التي يجب أن يتوفر عليها و تتمثل هذه العناصر في المرسل و المتلقي و الرسالة الإعلانية و القناة التي يمر عبرها الإعلان.

1.6 . المرسل:

من المعروف أن المرسل في أي خطاب هو منشئ الخطاب أو منتجه حيث ينشئ خطابه وفقا لجملة من العناصر تتمثل في المتلقي والسّ ياق و ما إلى ذلك.

غير أننا نجد في الخطاب الإعلاني أن مرسل الخطاب ليس هو منتجه, فالمرسل هو صاحب المنتج أو السّ لعة الذي يود تسويقها, و من أجل التّ سويق لابد له من أن يوصل منتجه إلى المستهلك في أحسن صورة, لذا نراه يلجأ إلى من يعينه إلى إخراج هذه الصّ ورة في أحسن حلة إقناعية, تدفع بالمتلقي إلى اقتنائها.

في حين أن صانع الرّ سالة الإعلانية هو الوسيط الإعلاني أو الوكالات الإعلانية المختصة في تصميم الإعلانات و الّتي تقوم بصنع الإعلان بناء على معطيات ميدانية تراها ملائمة و ضرورية للعملية الإعلانية.

2.6 الرّ سالة الإعلانية:

و هي محتوى الإعلان أو ما يتضمنه الإعلان و ما يقدمه لجمهور المتلقين, و يمكن تناولها من "زاوية الشّيء المعلن عنهالسّلعة, الخدمةيلاحظ أن معظم تركيز الإعلانات على السّلع بأنواعها المختلفة و تحاول منظمات الأعمال عن طريق الإعلان تكوين صورة ايجابية في أعين الرأي العام."(73)و يشمل محتوى الرّسالة الإعلانية عدة نقاط أو عناصر لابد من أن تتوفر عليها من أجل أن تؤدي وظيفتها المنوط بها و تتمثل هذه العناصر فيما يلي:

1.2.6 . المقدمة:

و من شروطها أن تكون مختصرة و تكون في صلب الموضوع لجلب اهتمام المتلقين و لفت نظرهم, و العمل على عدم تنفيرهم من الإعلان المقدم و المنتج المعلن عنه, فهي " بمثابة حلقة الاتصال بين العنوان و بقية أجزاء الرّسالة الإعلانية."(74)و تختلف هذه المقدمة في الطّول و القصر حسب نوع المنتج المروج له, و كذا نوع الجمهور المستهدف من هذا الإعلان.

2.2.6 . مضمون الرّسالة الإعلانية:

و يجب على هذا المضمون أن " يحتوي على المعلوماتالتّفصيلية الكافية, و الّتي يمكن أن تخلق الرّغبة من خلال الإقناع والتّأثير على الجوانبالنّفسية و العقلية للقارئ أو المستمع أو المشاهد للإعلان."(75) حيث يعمل هذا المضمون على خلق الرّغبة لدى المتلقي فيالشّراء من خلال مخاطبة حواسه و دوافعه و حاجاته, و لإقناعه بأهمية شراء المنتج من خلال استخدام المنطق و تقديم الأسباب التي من أجلها يكون فعلالشّراء لهذا المنتج.

3.2.6 السّعر:

إنّ احتواء الإعلان على سعر بيع السلعة أو الخدمة المعلن عنها قد يكون ضروريا في بعض الحالات, و غير ضروري في حالات أخرى, و يتوقف الأمر غالبا على نوع الإعلان وفقا لقناة التسويق التي يخدمها."(76)فإذا كان الإعلان أهليا أو محليا حيث يتوجه إلى المستهلك النهائي فإن ذكر السعر يتوقف على طبيعة السلعة أو الخدمة المعلن عنها, و خصائص مستهلكيها.

فعندما تكون السلّعة جديدة في السوّق يتم التّركيز على إظهار فوائدها و مزاياها و قدرتها على إشباع حاجات المستهلكو قد يذكر السعّر ليكون من عوامل التّحفيزعلى الشّراء.

(73) الزغبي علي فلاح. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 136.
(74) عادل أحمد راشد. الإعلان. ص 145

(75) عادل أحمد راشد. الإعلان. ص 145.
(76) المرجع نفسه. ص 146.

أما إذا كانت السلّعة في مرحلة المنافسة فإن ذكر السعّر يكون من عوامل التّفضيل لسلعة بعينها,مثلما هو الحال الآن مع شركات الاتّصالات في الجزائر, حيث تركز جميعها على أسعارها المتدنية لعروضها الجديدة والجيّدة و المختلفة الّتي تتوالى على الحقل الإعلاني.

أما من حيث المستهلكين فإذا كان الإعلان موجها لذوي الدخّل العالي فإن ذكر السّعر ليس بالشّيء المهم على الإطلاق, فالمهم هو المزايا و الجودة فقط.

أما إذا كان الإعلان موجها لذوي الدخّل المتدني فإن ذكر السعّر يعد من ضروريات التّفضيل.

و في حالة ما إذا كان الإعلان مهنيا أو صناعيا أو تجاريا فإن ذكر السّعر إلى جانب المواصفات يعدّ أمرا ضروريا و على جانب كبير من الأهمية, حيث يعد أحد العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند التفّضيل و اتخّاذ قرار الشّراء.

4.2.6 الاسم التّجاري:

و هو ما يعرف في السّاحة الإعلانية بالـ Logo أو المميز أو الشّعارالتّجاري للشّركة أو المؤسسة و من الضّروري أن يحتوي الإعلان على الاسم التّجاري أو الماركة التّجارية للسّلعة سواء كانت خاصة بالمنتج أو الموزع على أن يكون الاسم (العلامة) بسيط و سهل الفهم و النّطق يمكن تذكره بسهولة."[77] فمعرفة المتلقي بالاسم التّجاري أو العلامة التّجارية يسهّل عليه التّعرف على المنتج أو الخدمة المعلن عنها و بالتاّلي سهولة تذكرها حين الشّراء.

5.2.6 . الخاتمة:

"و هي عادة تمثل في جملة محددة وظيفتها التّأثير على المستهلك القارئ أو المستمع أو المشاهد للإعلان."[78] و يمكن أن تكون هذه الخاتمة في صيغة الأمر, كما يمكن أن تكون تكرار للاسم أو العلامة التّجارية مثل " نجمة ديما معاكم ". و " جازي تعيش L'Algérie ". و " موبيليس أينما كنتم ". و " موبيليس الإختيار الأمثل.". و " موبيليس الإختيار الأفضل."

3.6 . وسيلة الإعلان:

و تعد الوسيلة الإعلانية " العامل الحقيقي لنجاح الإعلان."[79] لذا نجد أن المعلن ينتقل من وسيلة إلى أخرى من أجل ضمان الوصول إلى أفضل وسيلة ممكنة لإيصال رسالته إلى المتلقي. و

(77) عادل أحمد راشد. الإعلان. ص 147.

(78) المرجع نفسه. ص 147.

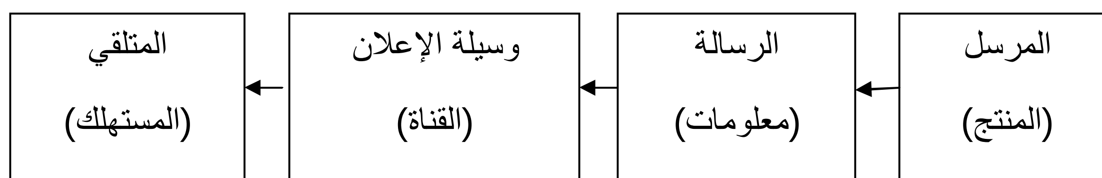
(79) علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 140.

أول هذه الوسائل الإعلانية نجد الوكالة الإعلانية التي تعمل على تصميم و إنتاج الإعلانات في أحسن صورة, ثم تأتي بعدها وسائل أخرى هي بمثابة حلقة الربط أو همزة الوصل بين المعلن و المستهلك (المرسل و المتلقي), وتمثّل عادة في الجرائد و المجلات و الوسائل السّمعية البصرية من تلفزيون و راديو.أو هي وسائل الاتّصال بصفة عامة حيث تعد القناة التي يمر عبرها الخطاب الإعلاني أو الرّسالة الإعلانية بين المرسل و المتلقي.

4.6 . المتلقي:

و هو ختام هذه السلّسلة التوّاصلية أو الدوّرة التّخاطبية, و في مجال الإعلان هو المستهلك المحتمل للمنتج, لأنه هو المستهدف من هذه العملية الإعلانية

و يمكن أن نمثّلهذه العناصر المشكلة للإعلان بالمخطط التّالي:



ثانيا: مفهوم الاستراتيجية الخطابية:

1 . مفهوم الخطاب:

يعدّ مصطلح الخطاب من أبرز المصطلحات التي برزت في العصر الحالي,حيث يعدّ واحدا من المفاهيم المهمة, نظرا لتوظيفه بشكل واسع في شتى المجالات, فالناس على اختلافاتهم تتعدد خطاباتهم و تتنوع سياقاته, لذلك كان لابد من البحث في مفهوم الخطاب و عناصره المتضمنة فيه.
و تتعدد تعاريف الخطاب بتعدد الباحثين فيه و إن تقاربت مفاهيمهم له فإنها لا تتوحد. و ربما تعود صعوبة تحديد مفهوم الخطاب إلى طبيعة الموضوع الذي يقف عنده و هو الكلام أو الاستعمال اللّغوي المتداول بين الأفراد,هذا الاستعمال الّذي يتغير بتغير مقتضى الحال.

1.1 التّعريف اللّغوي للخطاب:

1.1.1 . في المعاجم القديمة:

ورد في لسان العرب لابن منظور "خطب: الخطب: الشأن أو الأمر صغر أو عظم و قيل هو سبب الأمر يقال: ما خطبك ؟ أي ما أمرك ؟ و تقول: هذا خطب جليل, و خطب يسير.
و الخطب: الأمر الذي تقع فيه المخاطبة, و الشأن و الحال, و منه قولهم:جلّ الخطب أي عظم الأمر و الشأن. و في حديث عمر, و قد أفطروا في يوم غيم من رمضان, فقال : الخطب يسير.

و في التنزيل العزيز: قال فما خطبكم أيها المرسلون؟ و جمعه خطوب ... و خطب المرأة يخطبها خطبا و خطبة, بالكسر... و اختطب القوم فلانا إذا دعوه إلى تزويج صاحبتهم ... و المخاطبة: مراجعة الكلام و قد خاطبه بالكلام مخاطبة و خطابا, و هما يتخاطبان. قال الليث: و الخطبة مصدر الخطيب, و خطب الخاطب على المنبر, و اختطب يخطب خطابة و اسم الكلام: الخطبة ... الذي يتكلم به الخطيب."(80)

و ورد في معجم مقاييس اللّغة لابن فارس في قسم الخاء و الطاء و ما يثلثهما: " خطب: الخطاب: الكلام المتبادل بين اثنين, يقال: خاطبه خطابا: و الخطبة من جنس الخطاب ولا فرق و في النكاح: الطلب أن يزوج. قال تعالى:" لا جناح عليكم فيما عرضتم من خطبة النكاح " و الخطبة: الكلام المخطوب به و الخطب الأمر يقع. و إنما سمي بذلك لما يقع فيه من التخاطب و المراجعة."(81)

و عند الخليل في العين نجد: " الخطب: سبب (الأمر الذي تقع فيه المخاطبة) و الخطاب: مراجعة الكلام (تبادله بين اثنين أو أكثر), و الخطبة مصدر الخطيب, و كان الرجل في الجاهلية إذا أراد الخطبة قام في النادي فقال: خطب, و من أراده قال: نكح, و الخطب المرأة و هو الزوج والخطبة إن شئت في النكاح و إن شئت في الموعظة.(82)

أما الزمخشري فنجده يقول " خطب فلان: أحسن الخطاب, و الخطاب هو المواجهة بالكلام و اختطب القوم فلانا: إذا توجهوا إليه بخطاب يحثونه فيه على تزوج صاحبتهم. و تقول أنت الأخطب:البيّن الخطبة."(83)

ومن خلال هذه التعاريف اللغوية التي حاولنا الوقوف عندها على حقيقة مصطلح الخطاب تبين لنا أنه يعني توجيه الكلام للآخرين. أو صياغة الكلام و تنظيمه من أجل التأثير في الآخرين.

2.1.1 . في المعاجم الحديثة:

نجد في قاموس الأسيل " الخطاب: (مصدر – خاطب) الرسالة الحديث المذاع على العامة فصل الخطاب:الفصاحة أو الحكم بالبيّنة."(84)

---

(80) ابن منظور. لسان العرب . باب الخاء و الطاء و ما يثلثهما. ص 98 .

(81) أحمد ابن فارس. معجم مقاييس اللغة. ص 304 .

(82) الخليل بن أحمد الفراهيدي. كتاب العين. مادة خطب. د ط. تحقيق عبد الحميد هنداوي. دار الكتب العلمية بيروت. لبنان. د ت. ص 252 .

(83) جار الله أبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري. أساس البلاغة. ط 1. دار صادر بيروت. لبنان. 1992. ص 168.

و يرى إدريس حمادي أن صيغة لفظ الخطاب هو " أحد مصدري فعل خاطب يخاطب خطابا و مخاطبة و هو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم, نقل من الدلالة على الحدث المجرد من الزمن إلى الدلالة على الاسمية , فأصبح في عرف الأصوليين يدل على ما خوطب به و هو الكلام."(85) فالعملية الخطابية تقتضي وجود طرفين المرسل و المتلقي مع ضرورة انتمائهما لنفس المنظومة اللغوية لحصول عملية الفهم و التّ واصل.

2.1 التّ عريف الاصطلاحي للخطاب:

1.2.1 . في لتّ راث القديم:

1.1.2.1 . الخطاب في القرآن الكريم:

وردت لفظة الخطاب في القرآن الكريم في مواضع عديدة و متعددة متخذة صيغا مختلفة حيث وردت بصيغة (الخطب) في قوله تعالى في الآية 31من سورة الذّ اريات: { ***قال فما خطبكم أيّ ها المرسلون*** }. " أي فما شأنكم و ما طلبكم."(86)

و في قوله تعالى في الآية 2 من سورة القصص: { ***و لما ورد ماء مدين وجد عليه أمة من النّ يسقون ووجد من دونهم امرأتين تذودان قال ما خطبكما قالتا لا نسقي حتى يصدر الرّ عاء و أبونا شيخ كبير***}. "ما خطبكما وما شأنكما. و حقيقته: ما مخطوبكما, أي ما مطلوبكما من الذياد فسمي المخطوب خطبا كما سمي المشأون شأنا."(87)

و في قوله أيضا في الآية 51 من سورة يوسف : { ***قال ما خطبكن إذ راودتن يوسف عن نفسه قلن حاشا ما علمنا عليه من سوء قالت امرأت العزيز الآن صحصح الحق أنا راودته عن نفسه و إنه لمن الصادقين*** } . "ما خطبكن ما شأنكن هل وجدتن منه ميلا إليكن."(88)

---

(84) الأسيل القاموس العربي الوسيط. ص 287.

(85) إدريس حمادي. الخطاب الشرعي و طرق استثماره. د ط. المركز الثقافي العربي. الدار البيضاء. 1994. ص 21.

(86) جار الله أبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري. الكشاف عن حقائق الأقاويل في وجوه التأويل ج 5. ط 1. تحقيق عادل أحمد عبد الحمود و آخرون. مكتبة العبيكات. د ب. 1998. ص617.

(87) المصدر نفسه ج 4. ص 201.

(88) المصدر نفسه ج 3. ص 295.

و ورد بصيغة المصدر (**خطاب**) في قوله تعال في الآية 20 من سورة ص: { ***و شددنا ملكه وأتيناه فصل الخطاب*** }. "فصل الخطابالبيّن من الكلام الملخص الذي يتبيّنه من يخاطب به و لا يلتبس عليه و من فصل الخطاب و ملخصه: أن لا يخطئ صاحبه مظان الفصل و الوصل فلا يقف في كلمة الشّهادة على المستثنى منه."(89) و في قوله تعالى في الآية 23 من سورة ص ***إنّ هذا أخي له تسع و تسعون نعجة و لي نعجة واحدة فقال أكفلنيها و عزّني في الخطاب*** }. وّ عزّني غلبني (...) و أراد بالخطاب مخاطبة المحاج و المجادل."(90)

و كذا في قوله عز و جل في الآية 37 من سورة النبأ: {***ربّ السموات و الأرض و ما بينهما الرحمن لا يملكون منه خطابا*** }. " أي ليس في أيديهم مما يخاطب به و يأمر به في أمر الثواب و العقاب خطاب واحد يتصرفون فيه تصرف الملاّك فيزيدون فيه أو ينقصون منه. أو لا يملكون أن يخاطبوه بشيء من نقص العذاب أو زيادة في الثواب إلا أن يهب لهم ذلك و يأذن لهم فيه."(91)

و ورد الخطاب بصيغة الفعل الماضي في قوله تعالى في الآية 63 من سورة الفرقان: {***و عباد الرّحمن الّذين يمشون على الأرض هونا و إذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما*** }. " أي خطاب جهل بدليل إضافة الفعل و إسناده لهذا الوصف."(92)

و ورد بصيغة الفعل المضارع في قوله تعالى في الآية 37 من سورة هود: {***و اصنع الفلك بأعيننا و وحيناو لا تخاطبني في الّذين ظلموا إنّهم مغرقون*** } " أي... لا تراجعني في إهلاكهم."(93)

2.1.2.1 الخطاب عند النّحاة:

نجد في النحو العربي ما يعرف بالمخاطب و المخاطب للمذكر و المؤنث, فالمخاطب الذي يصدر الخطاب و المخاطب الذي يتلقى الخطاب. أي أن العملية التخاطبية قائمة بين طرفين المرسل و المتلقي, و لابد من وجودهما معا لكي تكتمل الدورة التخاطبية, و قد يتحول المخاطب (المرسل) إلى مخاطب (متلقي) و المخاطب (المتلقي) إلى مخاطب (مرسل) أثناء الكلام . و هذا

(89) المصدر نفسه ج 5. ص 251.

(90) جار الله أبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري. الكشاف عن حقائق الأقاويل في وجوه التأويل ج 5. ص 251.

(91) المصدر نفسه ج 6. ص 302.

(92) عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان. د ط. تحقيق عبد الرحمن بن معلا اللويحق. دار ابن حزم. للطباعة و النشر و التوزيع. لبنان. د ت. ص558.

(93) المصدر نفسه. ص 358.

ما ذهب إليه ابن يعيش حين تحدث في باب المضمرات قائلا " و المضمرات لا لبس فيها فاستغنت عن الصفات لأن الأحوال المقترنة بها قد تغني عن الصفات. و الأحوال المقترنة بها: حضور المتكلم و المخاطب و المشاهدة لهما و تقدم ذكر الغائب الذي يصير به بمنزلة الحاضر المشاهد في الحكم, فاعرف المضمرات المتكلم, لأنه لا يوهمك غيره ثم المخاطب و المخاطب تلو المتكلم في الحضور و المشاهدة."(94)

و هذا الحكم يتأكد أكثر عند حديث النحاة عن الكاف التي تلحق اسم الإشارة (ذا) فنقول: ذاك ذالك ذالكم. و يقول ابن يعيش " تختلف حركات هذه الكاف ليكون ذلك أمارة على اختلاف أحوال المخاطب من التذكير و التأنيث و تلحقه علامات تدل على عدد من المخاطبين و يوضح ذلك نعت اسم الإشارة و نداء المخاطب."(95)

3.1.2.1 . الخطاب عند الأصوليين (علماء أصول الفقه):

لقد ورد مصطلح الخطاب كثيرا عند علماء الأصول و علماء الكلام,لأنّه الأرضية التي بنيت عليها أعمالهم, و محور بحوثهم , حيث وردت اشتقاقات مادة (خطب) كثيرا في أعمالهم. و إن لم يهتموا كثيرا بتعريف الخطاب.إلاّ أنه هناك منهم من قام بتعريفه مثل الزركشيذلكّي عرّفه بأنّه "الكلام المقصود منه إفهام من هو متهيئ للفهم."(96) فالكلام يوجه بشكل مباشر من مخاطب (مرسل) إلى مخاطب (متلقي) في سياق محدد من أجل تحقيق غاية مقصودة , و هي إفهام من هو متهيئ لذلك , و يضيف في موضع آخر " ما يقصد به الإفهام مطلقا فهو (الخطاب) أعم من أن يكون من قصد إفهامه كتهيئا للفهم أم لا."(97)

فالخطاب يطلق على كل كلام كانت الغاية و القصد منه الإفهام عموما.

و عند الآمدي نجد أن الخطاب هو " اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه."(98)

---

(94) موفق الدين ابن يعيش. شرح المفصل ج 3. د ط. عالم الكتب بيروت. لبنان. د ت. ص 84.

(95) المصدر نفسه. ص 135 .

(96) بدر الدين الزركشي. البحر المحيط في أصول الفقه. ط 1. تحقيق محمد تامر.دار الكتب العلمية بيروت. لبنان. د ت. ص 98 .

(97) المصدر نفسه. ص 419.

(98) علي بن محمد الآمدي. الإحكام في أصول الأحكام ج 1. ط 2. تحقيق سيد الجملي. دار الكتاب العربي بيروت. لبنان. 1986 . 254.

فالخطاب هو الكلام المتداول بين طرفين (طرفا الخطاب) اللذين لابد و أن يكونا ينتميان لنفس الجماعة اللّغوية, و يحتكمان إلى منظومة كلامية واحدة, و إلا فلن يحقق الخطاب غايته التي هي الإفهام و التّواصل.

و الخطاب عند الجويني مرادف للكلام و التكلم و التخاطب و النطق إذ يقول " الكلام و الخطاب و التكلم و التخاطب و النطق واحد في حقيقة اللغة, و هو ما به يصير الحي متكلما."(99) فكل هذه المترادفات تدل على معنى واحد هو ما يتفوه به المتكلم.

أما التّهناوي فيرى أن الخطاب هو " توجيه الكلام نحو الغير للإفهام , ثم نقل الكلام الموجه نحو الغير للإفهام."(100)

و من خلال ما سبق يتبين لنا أن الخطاب هو كل كلام توفرت فيه جملة من الشروط المتمثلة في:

.**التّلفظ**: أي لابد أن يكون من جنس الكلام الذي يتكلم (ينطق) به, أي أن يكون لغة منطوقة على شكل ملفوظات أو عبارات.

.**التّواضع و الاصطلاح:** فلابد أن يكون الخطاب كلاما مستعملا و متداولا بين الناس و متعارفا عليه, أي استعمال لغة حية جارية في الألسن.

. **قصدية الإفهام:** فكل خطاب غايته إفهام المخاطب (المتلقي), و كل كلام انتفت عنه هذه الصفة لا يعد خطابا.

. **الحضور المباشر لطرفي الخطاب:** و هذا يقتضي أن يكون الخطاب موجها بشكل مباشر من مخاطب (مرسل) إلى مخاطب (متلقي) مستعد لفهم كنه هذا الخطاب.

4.1.2.1 . الخطاب عند المحدثين:

لمبتعد المحدثون في تعريفاتهم للخطاب كثيرا عمّا ذهب إليه المتقدمين, بحيث ارتكزوا على ما جاء عند من سبقوهم في هذا الحقل.

---

(99) الجويني. الكافية في الجدل. د ط. تحقيق فوقية محمد. مطبعة عيسى البابي الحلبي القاهرة. مصر. د ت. ص32.

(100) محمد علي الفاروق التهناوي. كشاف اصطلاحات الفنون. د ط. تحقيق محمد علي النجار. دار الكتاب العربي. د ت. ص 403

فنجد عزت جاد يرتكز على ما جاء عند التهناوي حين يعرف الخطاب بقوله "تنتمي جذور المصطلح إلى العربية في ارتكازه لدى التهناوي على الخطب أو الحدث الواقع فيه التخاطب و على الذاتية فيما أسماه (الكلام النفسي) و هاتان الركيزتان هما محور الفكر البنيوي, و لأن (سوسير) كان ينظر إلى اللغة على أنها نظام من الاختلافات, فقد فصلت البنيوية بين نظام هذه اللغة و الحدث الخطابي الذي يتمخض عنه ذلك النظام, فوقعت ثنائية اللغة / الخطاب لتعنى اللغة بالمخزون الذهني الذي تمتلكه الجماعة, بينما يعنى الخطاب بما يختاره المتحدث من ذلك المخزون."(101) فالخطاب يرتكز على ركيزتين اثنتين هما الحدث اللّغوي و ذاتية المتحدث و هما نفس الرّكيزتين اللّتي يقوم عليهما التّصور البنيوي للغة و الخطاب حيث تمثل اللّغة ما تختزنه الجماعة من ألفاظ في الذّهن,بينما يمثل الخطاب ما يستعين به المرسل من هذا المخزون الذّهني لإيصال فكرته.

و إذا كان الكلام مرادف للخطاب عند سوسير, و هذا ما نجده أيضا لدى المتقدمين من العرب فإن الحميري يميز بين كل من الكلام و الخطاب و القول حين يرى بأنه " نستطيع أن نميز بين كل من الخطاب و القول و الكلام بالقول: إن القول هو الملفوظ, و إن الكلام هو عملية التلفظ أو هو بالأحرى النظام الذي يحكم و يتحكم بعملية التلفظ, لذلك نجد أنه (الخطاب) عبارة عن نظام القول المعبر عن حكمة القائل, و نظام المعبر عن رغبة القائل في الاستحواذ و السيطرة, و من ثم فهو نظام القول المعبر عن سلطة أو عن إرادة التسلط." (102)

و يعارض الحميري ما ذهب إليه فان ديك من أن النّص عبارة عن البنية الذّهنية المجردة في وعي كل فرد منا,أما الخطاب فهو عبارة عن التّجسيد الفعلي لتلك البنية الذّهنية المجردة. حيث يذهب عكس هذا التّوجه تماما و ينطلق من وجهة نظر الأصوليين حين يرى " أن الخطاب عبارة عن البنية الذهنية المجردة التي تسكن وعي كل منا و تبرمجه, و أن النص عبارة عن التجسيد الفعلي لتلك البنية, أو هو عبارة عن السياق التداولي أو الإنتاجي لتلك البنية, و هذا يقتضي أن النص عبارة عن منتوج الخطاب, أو إحدى أهم آليات إنتاجه."(103) فوجود الخطاب سابق عن وجود النّص,فالخطاب عند الحميري يقابل اللّغة عند سوسيرو النّص يقابل الكلام .

---

(101) محمد جاد عزت. نظرية المصطلح النقدي. د ط. الهيئة المصرية العامة للكتاب. مصر. 2002. ص 472.

(102) عبد الواسع الحميري. الخطاب و النص"المفهوم . العلاقة . السلطة". ط 1. مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع. لبنان. 2008. ص 28.

(103) المرجع نفسه. ص 137.

ويربط شرشار الخطاب بالمجالالنّقدي و العملية الإبداعية حين يرى بأن الخطاب "يستمد قيمه النظرية و فعاليته الإجرائية من كونه يقف راهنا في مجال النقد الأدبي الحديث نقطة تقاطع بين تحليل النصوص و الإجراءات التطبيقية التي تتطلبها عمليات التحليل و الأعمال الأدبية الإبداعية بصفة عامة باعتبارها نظاما مغلقا لا يحيل إلاّ على نفسه, بل إن مفهوم الخطاب قد يعود بنا أدراجا إلى ما هو أعم من اعتباره مجرد مفهوم إجرائي في تفكيك سنن النصوص و مرجعياتها, و ذلك من خلال إعادة النظر في أنساق المعرفة النقدية التي اتّخذت من النصوص التراثية سندا لها ."(104)حيثيستند مفهوم الخطاب على عنصرين اثنين هما اللّغة التي هي عبارة عن منظومة رمزية يستعين بها الفرد في التّعبير عن حاجاته و الكلام الذي هو تجسيد لهذه اللّغة في الاستعمال بين المرسل و المتلقي.

و يقرن نور الدّين السّد الخطاب بالقيمة الإنجازية في المكان حين يقول :" والخطاب إنجاز في المكان يقتضي لقيامه شروطا, أهمها المخاطب و الخطاب و المخاطب و لفظ الخطاب من حيث معناه اللغوي يدل على ملفوظ أكبر من الجملة منظور إليه من حيث قواعد التسلسل الجملي و من وجهة نظر اللسانيات فإن الخطاب لا يمكن أن يكون سوى مرادف للملفوظ."(105) فالكلام هو إيصال لرسالة لغوية إلى الآخرين,لذلك يستوجب استعماله وجود أطراف العملية التّواصلية من مرسل و متلقي, فمن دون وجود هذين العنصرين لا وجود للخطاب. و هذا تأكيد للقيمة الانجازية للخطاب, و أن هناك علاقة بين القول و الفعلفي حقل الخطاب مثلما يرى سيرل بأننا نفعل باللّغة .

ويقرن السدّ الخطاب بالزّمان في موضع آخر إذ يقول " الخطاب انجاز في الزمان و يقتضي لقيامه شروطا أهمها المخاطب و المخاطب و تحديد كيان الخطاب مكونات تعلن عن حدوثه و هي الأصوات (الكلمات) و التراكيب و الدلالة و التداول, و إذا كان ذلك فإن الخطاب وجود فزيائي لأن اللغة ظاهرة فزيائية إلى جانب كونها ظاهرة اجتماعية و تعبيرية و توصيلية و هي بنية تحكمها علاقات تعلن عن انتمائها إلى كيان لغوي متماسك عبر نسيج من الكلمات مترابطة فيما بينها, و بهذا يكون الخطاب نظاما من العلامات الدالة ظاهرا و باطنا."(106) حيث

---

(104) عبد القادر شرشار. تحليل الخطاب الأدبي و قضايا النص. د ط. منشورات اتحاد الكتاب العرب.دمشق. 2006. ص 11.

(105) نور الدين السد. مفارقة الخطاب للمرجع. مجلة الكاتب اتحاد الكتاب العرب. ع 51. 2001. سوريا. ص 170.

(106) نور الدين السد. مفهوم الخطاب و الخطاب الأدبي. مجلة الخطاب. ع 1. 1996. مخبر تحليل الخطاب جامعة مولود معمري تيزي وزو. ص 11.

أحاط السدّ بالمعالم الأساسية التي تشكل الخطاب فكشف عن الشّروط التي إذا ما توفرت في نص ما استطعنا الحكم عليه بأنه خطاب و هذه الشروط متمثلة في الزّمان و المكان اللّذان ينجز فيهما الخطاب و هذه عناصر سياقية و المخاطب و مكونات الخطاب الصوّتية والتّركيبية و الدّلالية و التّداولية دون إغفال الوجود الفزيائي للخطاب . لأن الصّوت ظاهرة فزيائية يمكن قياسها . إلى جانب وجوده الاجتماعي و التّعبيري و التّواصلي.

و هذا يؤكد أنه لا يمكن أن يكون كل نص خطاب, بل ما يخضع فقط منها لهذه الشّروط. "و الخطاب يتنوع بتنوع الطرق التي يتخذها المتكلمون أو الكتّاب و ذلك بحسب مواقف اجتماعية و ثقافية محددة فتنتج بذلك أنواع كثيرة من الخطابات مثل: الخطاب الديني و الخطاب العلمي و الخطاب السياسي و الخطاب البيداغوجي ...الخ ."(107) فموضوع الخطاب هو من يحدد نوعه, و هذا يعني أن الخطاب متعدد و ليس ضربا واحدا من الكلام.

ويشير الشهري إلى هذا التّنوع في الخطاب حين يرى بأن لفظ الخطاب يرد " كثيرا مقترنا بوصف آخر مثل الخطاب الثقافي, الخطاب الصوفي, الخطاب السياسي, الخطاب التاريخي الخطاب الاجتماعي. و لذلك ورد الخطاب بتعريفات متنوعة في هذه الميادين العديدة, بوصفه فعلا يجمع بين القول و العمل فهذا من سماته الأصلية, و ليس في هذا تشتت بقدر ما فيه من غنى و سعة في التصنيف."(108)

و هناك من يجعل الخطاب مرادفا للحديث أو المحادثة فيرى بأن " الخطاب هو محادثة ذات طبيعة رسمية, أو المصطلح الرسمي المنظم للأفكار سواء أكان مكتوبا أو مقروءا. أيضا لقد استخدم هذا التعبير نفسه في شكل خطبة دينية أو بحث علمي... الخ كما أن الخطاب في اللاتينية (معناه قرار إداري)."(109)

و هناك من يعرف الخطاب انطلاقا من المستوى اللغوي حيث " يشير مصطلح الخطاب في معناه الأساسي إلى كل كلام تجاوز الجملة الواحدة سواء أكان مكتوبا أو ملفوظا, غير أن الاصطلاحي تجاوز ذلك إلى مدلول أكثر تحديدا يتصل بما لاحظه الفيلسوف بول غرايس عام 1975 من أن للكلام دلالات غير ملفوظة يدركها المتحدث و السامع دون علامة معلنة أو

---

(107) نور الدين السد. مفارقة الخطاب للمرجع. مجلة الكاتب. ص 172.

(108) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. د ط. دار الكتاب الجديد المتحدة. د ب. د ت. ص 34.

(109) ساراميلز. مفهوم الخطاب في الدراسات الأدبية و اللغوية المعاصرة. د ط. ترجمة عصام خلف كامل. دار فرحة للطباعة و النشر. د ب. د ت. ص7.

واضحة."[110] فالمفهوم الاصطلاحي للخطاب يتجاوز حدود اللّغة الذي يقف عند المعنى المعجمي للفظة الخطاب, حيث ينتقل من داخل اللغة إلى خارجها أي ما يحيط بها من معرفة مشتركة بين المتخاطبين .

و يجري الشهري مقارنة بين النّص و الخطاب من أجل التّفرقة بينهمافهو يرى بأن"الأوّل " هو مجمل القوالب الشكلية و النحوية و الصرفية و الصوتيةبغض النظر عمّا يكتنفه من ظروف أو يتضمنه من مقاصد."[111] فالنّص عنده هو الانجاز الكتابي أو اللّفظي للمتكلم مع عزل هذا الانجاز عن كل الظّروف السّياقية و القصدية لدى المنجز. أما الخطاب عنده فهو " ما يحيل على عناصر السّياق الخارجية في إنتاجه و تشكيله اللّغوي و كذلك في تأويله ما يفترض معرفة شروط إنتاجه و ظروفه, كما أن هناك فرقا في العلامات المستعملة فقد ينتج الخطاب بعلامات غير لغوية كما هو الحال في التّمثيل الصّامت أو الرسم الكاريكاتوري أو الخطاب الإعلاني التجاري الذي يقتصر على استعمال علامات غير لغوية."[112]

فالخطاب أعم و أشمل من النّص,حيث أن الأول لا يخرج عن نطاق اللّغة في حين يستثمر الثاني كلأدوات الاتّصال المتاحة لإيصال رسالته, سواء ما كان منها لغويا أو غير لغوي في حين يقتصر الأول على اللّغة فقط.

و عند طه عبد الرّحمن نجد أن " حد الخطاب أنه كل منطوق به موجه إلى الغير بغرض إفهامه مقصودا مخصوصا."[113] فهو يشترط في الخطاب أن يكون منطوقا و هذا يعني استبعاد المكتوب, و يوجه من مرسل إلى متلقي, و يحتوي على القصدية.

و يشير الشّهري إلى أن للخطاب " ثلاث عناصر سياقية يجملها في المرسل و المتلقي والعناصر المشتركة, مثل العلاقة بين طرفي الخطاب و المعرفة المشتركة, و الظروف الاجتماعية العامة بما تثيره من الافتراضات المسبقة و القيود التي تؤطر عملية التواصل."[114] فغياب أحد

(110) ميجان الرويلي و سعد البازلي. دليل الناقد الأدبي. ط 3. المركز الثقافي العربي الدار البيضاء. المغرب. 2002. ص 155.

(111) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 39.

(112) المرجع نفسه. ص 39.

(113) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ط 1. المركز الثقافي العربي الدار البيضاء. المغرب. 1998. ص 215.

(114) ينظر عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 39.

هذه العناصر يؤدي إلى إلغاء العملية الخطابية التي لا يمكنها أن توجد إلا بوجود هذه العناصر مجتمعة.

و ترى العموش أن "الخطاب عملية اتصال تتم في إطارين, الإطار اللغوي, فقد يكون متوالية من الجملة المكتوبة أو المنطوقة ينتجها مرسل واحد أو عدة متخاطبين كما يحدث في الحوار أو غيره, و إطار غير لغوي يشمل العادات و الأعراف والتقاليد والأخلاق."[(115)] فالاتصال هو صلب الخطابو لبه وغياب العملية الاتصالية عن أي خطاب ينفي عنه هذه الصّفة.و يتم الاتّصال على مستويين لغوي يتمثل في الكلام المنتج و غير لغوي و يتمثل في السّياق, أي كل ما يحيط بالعملية الخطابية خارج نطاق اللّغة. والخطاب لابد و أن تتوفر فيه جملة من العناصر هي المرسل والمتلقي و الرّسالة,و الهدف الّذي يؤثر في إستراتيجية المرسل فيملي عليه خيارات معينة ضمن ما يوفره نظام اللّغة .

و كل ما تجاوز الجملة فهو خطاب عند عمر بلخير إذ يقول: " الخطاب هو تنظيم مجاوز للجملة معنى ذلك أنه ليس نتاجا لمجموعة من الكلمات بل هناك بنى يخضع لها, تتجاوز بنى الجملة فعبارة "ممنوع التدخين" تعتبر خطابا رغم عدم استيفائها لشروط الجملة."[(116)] فالخطاب يتعدى الجملة لأنه لا يعتمد على نظام تتابع الكلمات و ترتيبها, فكل كلام أدى معنى معينا و يحصل به الفهم عند المتلقي فهو خطاب و إن لم يستوف شروط الجملة.

و على عكس العموش التي ترى بأن الخطاب هو المنطوق و المكتوب على حد سواء, فإن بلخير يحصره في المنطوق الذي يحدث به التّفاعل الكلامي " فالخطاب تفاعل يتجلى في المحادثات التي يسعى فيها أصحابها إلى التنسيق بين مختلف ملفوظاتهم أثناء تحاورهم, و يشمل هذا النمط الخطابي كل ما يصدر عن المتكلم من خطاب أحضر المستمع فيه أو لم يحضر كالمحاضرات و الخطابات السياسية."[(117)] فالخطاب يتجلى بشكل أوضح أثناء الحديث بين مرسل و متلقي, و على عكس الأصوليين الذين يشترطون حضور المتلقي أثناء الخطاب, فإن بلخير لا يعتبر حضور هذا الأخير شرطا من شروط الخطاب.

(115) خلود العموش. الخطاب القرآني في العلاقة بين النص و السياق "مثل من سورة البقرة ". ط 1. جدارا للكتاب العالمي عمان. الأردن. عالم الكتب الحديث اربد. الأردن. 2008. ص 23.

(116) عمر بلخير بلخير. معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب ما بين 1989 و 2000. مخطوط أطروحة دوكتوراه. جامعة الجزائر .2006/2005. ص 120.

(117) المرجع نفسه. ص 120.

وتذهب حمو الحاج إلى القول بأن مفهوم الخطاب عند ابن منظور " لا يخرج عن صفة التخاطبية بين شخصين إذ تستوجب المخاطبة الإفادة و ردة الفعل تستوجب تحويل الكلام من المتلقي إلى المرسل, فذلك يعني تبادل الكلام و مفهومه يماثل مفهوم الحديث الذي يعني كذلك التحدث مع الغير, و تلقي إجاباته ما عدا الحالات الاستثنائية التي يفتقد فيها للإجابة مثل: المخاطبة الذاتية, أو مخاطبة النفس و الحديث مع إنسان لا يرغب في الإجابة."(118)

و الخطاب عند صلاح فضل هو المكان الذي يتكوّن فيه فاعله و من خلال هذا الخطاب فإن الفاعل يبني عالمه كشيء, و يبني ذاته أيضا."(119) و يذهب إلى تقسيم هذا الخطاب إلى خطاب مباشر و خطاب غير مباشر, فالخطاب المباشر هو خطاب ينقل على لسان قائله كما تلفظ به من دون تدخل من المتكلم حيث يلتزم في نقله الموضوعية, و يعتبر التداوليون " أن إدخال كلمات القائل في صيغة الخطاب بشكل مباشر يعد أقصى درجة من الموضوعية بقدر ما يلتزم عموما بالنقل الحرفي دون تحريف ."(120) أما الخطاب الغير مباشر " فيتولد عند امتصاص خطاب الآخر و أدائه بطريق غير حرفية, مما يتطلب تحويل أزمنته الفعلية و تعديل ضمائره و إشاراته, كي تتسق في اتجاهاتها و إحالاتها, الأمر الذي يجعله مختلفا عن الخطاب المباشر."(121) والملاحظ أن صلاح فضل يتحدث هنا عن الخطاب المنقول , أي الخطاب الذي لا نسمعه على لسان قائله , بل على لسان شخص آخر يعدّ ناقلا لهذا الخطاب, حيث قد يستعمل هذا الناقل خطاب المنشئ كما قاله, و هنا يكون كلام الناقل مقول قول, أو يعيد صياغته وفقا لطريقته هو في الحديث مع الحفاظ على المعنى الأول الذي أراده صاحبه.

5.1.2.1 . الخطاب عند الغرب:

يشير الشهري إلى أن مصطلح الخطاب ورد لأول مرة عند هايمز. في حين يرى سعيد يقطين أنهاريس هو أول من استعمل مفهوم الخطاب في الدراسات اللسانية الحديثةإذ وسّع التحليل اللساني إلى ما هو أكبر من الجملة.(122)

(118) ذهبية حمو الحاج. لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب. د ط. دار الأمل للطباعة و النشر و التوزيع. الجزائر. د ت ص 13.

(119) صلاح فضل. بلاغة الخطاب و علم النص. ط 1. دار الكتاب اللبناني بيروت. لبنان. 2004. ص 122

(120) المرجع نفسه. ص 123.

(121) المرجع نفسه. ص 125.

(122) ينظر سعيد يقطين. تحليل الخطاب الروائي. ط 3. المركز الثقافي. الدار البيضاء. المغرب. 1997. ص 17.

و نفس مذهب يقطين يذهبه عز الدينالنّاجح الذي يرى أن هاريس هو أول من استخدم مفهوم الخطاب حين يقول: " و الحقيقة أن هاريس هو أول من أثار قضية الخطاب في اللسانيات مثل بنفنست 1996 في اللسانيات التلفظية: ويقترح هاريس . و ثمة جدل قائم حول المسألة لسانيات الخطاب و لسانيات النّص . غير أننا نرجح أن هاريس و إن استعمل مصطلح texte فإنه يصدق على مصطلح Discours تحليلا للخطاب من خلاله يسهل الكشف عن البنية المعجمية الدلالية و البنية الإعرابية لنص ما و أنظمته."(123)

و الحقيقة أنه من الصّعوبة على الدّارس أن يحصر تاريخ الخطاب بسبب تطور الخلفيات النّظرية و اختلاف الإجراءات المنهجية بين مختلف الدّراسات في حقل الخطاب .

و يذهب شرشار أبعد مما ذهب إليه يقطين والناجح حين يعود بجذور الخطاب إلى أرسطو طاليس الذي فصل بين الخطابة و الشعر, حيث يعرف الخطابة ب "الكلام المقنع, وهي نوع من القياس وتقابل في اللغة اللاتينية Rhétorique."(124) و إذا كانت الخطابة و الخطاب في اللّغة العربية مأخوذتين من نفس الجذر الاشتقاقي (خطب)فإنّ الجذرلن في اللّغة اللاتينية مختلفان تماما حيث "أن مصطلح خطاب Discours المأخوذ عن اللاّتينية Discoursus و معناه (الركض هنا وهناك)ليس أصلا مباشرا لما هو مصطلح عليه بالخطاب إلاّ أنّ الجذر اللغوي اللاتيني أصبح يحمل معنى الخطاب أو ما اشتق منه من معان منذ القرن السابع عشر, فقد دل المصطلح على معنى طريق صدفي, ثم المحادثة و التواصل,كما دلّ على تشكيل صيغة معنوية سواء أكانت شفهية أم مكتوبة عن فكرة ما."(125)

و يرى جورج مونان أنّ الخطاب "هو اللغة أثناء استعمالها, إنها اللسان المسند إلى الذات المتكلمة ."(126) و هو بذلك لا يبتعد عن المفهوم السوسيري للخطاب الذي يرى بأنه مرادف للكلام.

و الخطاب عند مانغونو" من حيث معناه العام المتداول في تحليل الخطاب, يحيل على نوع من التناول للغة, أكثر مما يحيل على حقل بحثي محدد, فاللغة في الخطاب لا تعد بنية اعتباطية بل نشاطا لأفراد مندرجين في سياقات معينة, و الخطاب بهذا المعنى, لا يحتمل صيغة الجمع:

(123) عز الدين الناجح. مقاربة تداولية لحكمة عطائية. مجلة الخطاب. ع 3. مخبر تحليل الخطاب. جامعة مولود معمري تيزي وزو. ماي 2008.. ص 26.

(124) جميل صليبا. المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية و الفرنسية و الانجليزية و اللاتينية. ضمن عبد القادر شرشار. تحليل الخطاب الأدبي و قضايا النص. ص 10.

(125) Encyclopédia Universalise. « Discours »و(CD).Microsoft. France. 1995 ضمن شرشار عبد القادر. تحليل الخطاب الأدبي و قضايا النص. ص 12.

(126) J. Dubois et al (2001). Dictionnaire de linguistique. Paris Larousse. P 150.

يقال (الخطاب) و (مجال الخطاب) الخ. و بما أنه يفترض تمفصل اللغة مع معايير غير لغوية فإنّ الخطاب لا يمكن أن يكون موضوع تناول لساني صرف."[127]

فالخطاب لايحيل على منهج في البحث بقدر ما يحيل على طريقة أو أسلوب في تحليل اللّغة التي لا تعد بنية اعتباطية بل هي نشاطات للأفراد في سياقات محددة, كما أن الخطاب يتسع ليشمل عناصر غير لغوية, لذلك فهو ليس دراسة لسانية صرفة بل تتداخل مع أنواع أخرى من الدّراسات.

و نجد عند إميل بنفنيست أن الخطاب " كل تلفظ يفترض متكلما و مستمعا و عند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما."[128]فعملية التّلفظ هي ذاتها الخطاب, و التي تفترض وجود طرفين فيها مرسل و متلقي,والقصدية لدى الأول في إحداث أثر لدى الثّاني سواء في وجهة نظره أو تصرفاته.

أما ديبورا شيفرن فترى أن للخطاب ثلاث تعريفات يمثل كل منها منهج معينفي الدّراسة فهو إما بوصفه أكبر من الجملة. أو استعمال أي وحدة لغوية.أو هو الملفوظ ."[129] فكل ما تجاوز الجملة بمفهومها التقليدي النحوي فهو خطاب, كما يمثل الاستعمال للغة في الواقع, أو ما ينتج من عملية التّلفظ,أي كل ما يتلفظ به المتكلم من كلام يعدّ خطابا.

---

(127) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ط 1. ترجمة محمد يحياتن. منشورات الاختلاف. الجزائر. 2005. ص 35.

(128) سعيد يقطين. تحليل الخطاب الروائي. ص 19.

(129) ينظر عبد الهادي الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 37.

2 . مفهوم تحليل الخطاب:

يعد تحليل الخطابـمفهوم جديد ظهر في حقل الدّراسات اللّسانية, و هو لا يعتبر منهجا من مجموع المناهج التي ظهرت حديثالكنه حضر بحضور هذا الكم الهائل من الدّراسات اللّغوية و الأشكال الخطابية في كل مجتمعو النّصوص و المدونات التّواصلية, فهو يهتم بكل هذا في إطار عام هو الخطاب. و كما أن للخطاب تحديدات متنوعة, كذلك الحالبالنّسبة لتحليل الخطاب, كما هو شأن كل مفهوم يدخل السّاحة الأدبية أو النّقدية أو اللّغوية حديثا.

و تدل كلمة " التحليل التي هي من مصدر حلّل على محاولة الكشف عن ملابسات أو عن ما يدخل في تركيب مادة من المواد."(130)فالتّحليل هو تفكيك مادة ما إلى عناصرها الأولية. أما تحليل الخطاب فهو "كل تقنية تسعى إلى التأسيس العام و الشكلي للروابط الموجودة بين الوحدات اللغوية للخطاب المنطوق أو المكتوب في مستوى أعلى من مستوى الجملة."(131) فالحديث عن وجود مستوى أعلى من الجملة فتح المجال أمام تعريفات نظرت إلى العناصر غير اللّغوية كعناصر للخطاب, ما خلق اضطرابا في تحديد مفهوم تحليل الخطابـلدى الدّارسين و منع الاتفاق على مفهوم واحد.

و تشير كلمة Analyse الفرنسية و هي المقابل لكلمة تحليل العربية إلى:

"1) تحليل ماهية شيء ما إلى مكوناته الأساسية.

2) دراسة تقوم بتمييز مختلف أجزاء شيء ما.

3) و في النحو دراسة طبيعة و وظيفة الكلمات داخل الجملة."(132)

و يعرّف دومينيك مانغونو تحليل الخطاب بأنه " تحليل استعمال اللغة ... دراسة الاستعمال الفعلي للغة من قبل ناطقين حقيقيين في أوضاع حقيقية ..."(133) فهذا يبين أن تحليل الخطاب يمارس في حضور أشخاص فعليين يمارسون الفعل الكلامي في إطار زمكاني محدد, و هذا يعني أن مانغونو يستند في تحليل الخطاب إلى الكلام المنجز, أي الحديث الذي يجري بين الأشخاص,

---

(130) الأسيل القاموس العربي الوسيط. ص 287.

(131) G.Mounin. Dictionnaire de la linguistique. (1974) Quadrige/PUF. p26

(132) LAROUSSE. Dictionnaire de Français. Omega international S. A. R. L. Draria Alger. P 16.

(133) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 9.

و يستبعد النصوص الأدبية بكل أشكالها. فهو هنا يتقاطع مع سوسير الذي يعد الخطاب كلاما و لا يمكن إلا تحليل هذا الكلام.

و يؤكد تعريف مانغونو صحة ما ذهب إليه نو الدين السد في اعتبار تحليل الخطاب ينطلق من مفهوم الخطاب أولا لذلك كل ما يقال في الخطاب يقال في تحليل الخطاب. كما يؤكد هذا القول أن الحديث عن شخصيات غائبة أو خرافية مثلا دون حضور طرفي الخطاب المرسل و المتلقي لا يستعان به كخطاب, لأنه لا يكتسي طابع المصداقية الذي يستند على الحضور الفعلي للمرسل و المتلقي.

و يفهم مما سبق أن العملية الخطابية تقوم على الفعل الكلامي,أي اللّغة في حالة الاستعمال و هذا يعني أن اللّغة الموجودة في المعاجم كمخزون تتحول بفعل الممارسة الخطابية إلى فعل كلامي يعنى به تحليل الخطاب. و قد اكتسب هذا المجال الكثيرمن طبيعة اللّغة كونها صالحة للتّعبير في كل العلوم, و هذا ما يؤكد عدم استقلالية تحليل الخطاب عنها, فلا وجود لتحليل الخطاب بمعزل عن وجود اللّغة.

و يضيف مانغونو عن تحليل الخطاب في علاقته بكافة العلوم الإنسانية الأخرى أنه " يقف في مفترق طرق العلوم الإنسانية, فهو عرضة لعدم استقرار جم, ذلك أنه يوجد محللون للخطاب هم بالأحرى علماء اجتماع و آخرون هم بالأحرى لسانيون, و البعض الأخر علماء نفس بالإضافة إلى هذه التقسيمات هناك خلافات بين تيارات متعددة, و هكذا نجد أن تحليل الخطاب في الولايات المتحدة موسوم بالأنتروبلوجيا في حين تنامى في فرنسا في السّتينات تحليل خطاب ذو توجه لساني بيّن و موسوم بالماركسية و التّحليل النفسي."(134) و قد أقامت المدرسة الفرنسية أسسها في تحليل الخطاب على أربع مقاربات أو مداخل مترابطة بعضها ببعض و يمكن إجمالها في:

. المدخل المعجمي L' approche l'exale

المدخل التّركيبي L'approche syntaxique

المدخل التّداولي L'approche pragmatique

المدخل السّيميائي L'approche sémiotique

و قد بدأت هذه المدرسة بافتتاحية العدد الثّالث عشرة من مجلة اللّغة Language المعنونة بتحليل الخطاب مع ترجمة مقالةاللّساني الأمريكي هاريس المعنونة بـ " تحليل الخطاب التي أصدرها سنة

(134) دومينيك مانغونو. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص 10.

1952."[135] فتحليل الخطاب أداة من أدوات البحث تدرس أبنية النّصوص,و تهتم بأبعادها اللّغوية و الاجتماعية و الثّقافية من أجل فهم تشكيل المعنى.

و هناك من الباحثين من يجعل من تحليل الخطاب مشاركا للتداولية " في تحليل المحاورات و تحليل الأفعال الكلامية."[136] كما أن استخدام تحليل الخطاب " ينسحب على كل تحليل يطال النصوص المحكية و المكتوبة على حد سواء... فتحليل الخطاب هو أحد مستويات الدرس اللساني الذي يحاول تحليل الظاهرة اللغوية على مستوى يتجاوز التركيب الواحد إلى مستوى النص مهما بلغ طوله و اختلفت أنواعه في مختلف التجليات التواصلية التي تحدث بين البشر."[137] فتحليل الخطاب هو تحليل لساني للكلام, سواء كان هذا الكلام شفويا أو مكتوبا و هدفه هو دراسة البنية اللسانية في مستوى يتعدى مستوى الجملة, ما يعني استخدام الخطاب فيالسّياقات المختلفة.

وقد اتّجه مجال البحث في تحليل الخطاب إلى "استنباط القواعد التي تحكم التوقعات الدلالية و هو مما يصل هذا الحقل بحقل آخر يعرف بنظرية القول الفعل Speech acte theory."[138]

أما من حيث الحقل الذي ينتمي إليه فيمكن أن يعد " تحليل الخطاب تخصصا علميا خصبا اكتسب جدارته المعرفية و سيادته العلمية لكونه يوفر للباحث مداخل منهجية مختلفة لتحليل النصوص و الخطابات Des approches différents en analyse de discours."[139] فتعدد أنواع الخطاب جعل من حقل تحليل الخطاب متعددا هو الآخر, و هذا مما يساعد الباحث في دراسته حيث يوفر له أدوات إجرائية مختلفة تعينه فيما يذهب إليه. فميدان تحليل الخطاب " يعد ميدانا خصبا لاستثمار المعطيات المنهجية المختلفة التي وفرتها علوم اللغة في دراسة النصوص و الخطابات مثل البنيوية و السيميائية و التداولية."[140] فتعدد النظريات التي تناولت الخطاب بالدراسة و التحليل كل حسب منظومتها و مبادئها الإجرائية جعلت من تحليل الخطاب الميدان الخصب الذي استوعب كل هذه النظرية.

---

(135) بشير أبرير. استثمار علوم اللغة في الخطاب الإعلامي. مجلة اللغة العربية. ع 23. مخبر الممارسات اللغوية جامعة مولود معمري تيزي وزو. ص 105.

(136) قويدر شنان. تحليل الخطاب و التداولية. مجلة الممارسات اللغوية. ع2. 2011. مخبر الممارسات اللغوية جامعة مولود معمري تيزي وزو. ص 245.

(137) بشير أبرير. استثمار علوم اللغة في الخطاب الإعلامي. مجلة اللغة العربية. ص110.

(138) ميجان الرويلي. دليل الناقد الأدبي. ص 155.

(139) بشير أبرير. استثمار علوم اللغة في الخطاب الإعلامي. مجلة اللغة العربية. ع. ص 110.

(140) بشير أبرير. استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي. تداخل الأنواع الأدبية . ص 88.

1.2 . المفاهيم الأساسية في حقل تحليل الخطاب:

يقوم الدّ ارس في مجال تحليل الخطاب بناء بحثه على أساس مجموعة من المفاهيم التي تيسر له سبيل البحث. و يمكن أن نذكر من بين هذه المفاهيم ما يلي:

1.1.2 . قوانين الخطاب:

و هي مبادئ يأخذها دارس تحليل الخطاب و يسير وفقها في دراسته و تحليله لخطاب ما. و تعد هذه القوانين مهمة كونها تشكل سلسلة التواصل الكلامي و رابطة وصل بين طرفي الخطاب "إنها القواعد المتغيرة بتغير الثقافات التي يفترض كل مشارك أن الآخر يحترمها عندما (يلعبون لعبة) التبادل اللغوي."[(141)] و هذه القوانين تنقسم إلى قسمين قوانين عامة و قوانين خاصة, حيث تتمثل الأولى في:

1.1.1.2 مبدأ التّعاون:

و هو مصطلح وضعه غرايس و " يؤدي إلى التواصل و التفاعل فيما بيننا مهما كانت الظروف و الأهداف المتوخاة."[(142)] و يساهم هذا المبدأ في حدوث الفهم لدى المتلقي, و نجاح التأويل نظرا لكون " المبدأ الذي يرتكز عليه المرسل للتعبير عن قصده مع ضمانه قدرة المرسل إليه على تأويله و فهمه."[(143)] و يهدف هذا المبدأ إلى مد جسور التواصل بين طرفي الخطاب مع مراعاة الوضوح و الإفهام و سياق الحديث.

و لقد تفرع عن هذا المبدأ أربعة مبادئ أخرى اعتبرت بمثابة أحكام و هي " حكم الكمية و حكم الصدق و حكم العلاقة و حكم الشفافية و الوضوح."[(144)]

2.1.1.2مبدأ الصّدق:

و هو سلوك أخلاقي و أمر واضح يضمن انتباه المتلقي (المخاطب) و ثقته بما يقوله المرسل. و قد ركز غرايس على هذا المبدأ الذي يجب أن يتحلى به المرسل سواء تعلق الأمر بالأوامر أو الاستفهامات. و يتمثل هذا المبدأ في " قول الحقيقة كما هي موجودة في الواقع و كما يعتقدها المتكلم في إدراكه للواقع."[(145)] و تعد هذه الصفة أصلا و عرفا في الخطاب.

3.1.1.2 مبدأ الإخبار و الشّمول:

(141) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص74.

(142) ذهبية حمو الحاج. قوانين الخطاب في التواصل الخطابي. مجلة الخطاب. ع 2. ماي 2007. مخبر تحليل الخطاب جامعة مولود معمري تيزي وزو. ص 22.

(143)عبد الهادي ظافر الشّهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 96.

(144) ينظر ذهبية حمو الحاج. قوانين الخطاب في التواصل الخطابي. مجلة الخطاب. ص 173.

(145) ذهبية حمو الحاج. قوانين الخطاب في التواصل الخطابي. مجلة الخطاب. ص 175.

و يعد هذا المبدأ " من الأسس التي يتجسد بواسطتها الفكر و ينتقل إلى المتلقي."(146) فالغرض الأول و الأساس من العملية التخاطبية أو المحادثة هو حصول الإخبار و الإبلاغ. و يحتكم قانون الإبلاغ إلى القاعدة التي تقول " لا يجب التكلم من أجل لا شيء, و التفوه بما يعرف المتلفظ المشارك سلفا."(147) إن هذا القانون يفرض إعطاء معلومة جديدة غير معروفة لدى المتلقي و التفوه بما فيه إفادة له.

2.1.2 . حقل الخطاب:

و يرتبط بالإطار الفعلي الذي وجد فيه الخطاب حيث " يخضع لتمفصلات ترتبط بالإطار المكاني و الزماني و الموضوع و المشاركين مرة واحدة, فالحقل الخطابي هو تشكيلة خطابية محددة في زمن محدود و لدى فئة محدودة, بحيث أن أي تغيير في الإطار الزماني أو المكاني قد ينجر عنه اختلاف في طبيعة ذلك الخطاب و تموقعه."(148) . فهو مرتبط بجملة من الشروط التي لا يمكن التخلي عنها بتاتا لأن أي تغيير فيها يؤدي إلى تغيير في بنية الخطاب ذاته.

و الحقل الخطابي " ليس بنية قارة, بل هو بالأحرى لعبة من التوازنات غير المستقرة بين قوى مختلفة يحصل أحيانا أن تهتز هذه اللعبة لتتخذ شكلا جديدا, كما أن الحقل ليس متجانسا ثمة دائما مهيمنون و مهيمن عليهم و تموقعات مركزية و أخرى هامشية تقع على الأطراف."(149) فطابع المرونة و اللاستقرار يطغى على الحقل الخطابي نظرا لكونه يخضع لتوازنات المشاركين في الخطاب.

3.1.2 التّشكيلة الخطابية:

و تعني وضع جملة من القواعد ضمن نظام معين و يمكن اعتبار الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو بمثابة المؤسس الأول لمفهوم التشكيلة الخطابية.في دراسته للظّاهرة الثقافية و الصراع الإيديولوجي في المجتمع. و التشكيلة الخطابية هي "مجموع الملفوظات التي يمكن إخضاعها إلى

---

(146) المرجع نفسه. ص 173.

(147) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 75.

(148) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. عالم الكتب للنشر و التوزيع. تيزي وزو. الجزائر. 2007. ص50.

(149) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 14.

نظام واحد من القواعد و القوانين التي تكرست عبر التاريخ."[(150)] و قد اقترح فوكو هذا المصطلح ليكون بديلا لمصطلح الايدولوجيا, لأن الأفكار تنتشر في المجتمع ككل لكن تظاهراتها تختلف من فئة اجتماعية إلى أخرى و من فترة زمانية إلى أخرى من منظور الأبعاد السياسية و الفكرية, و من منظور الوضع و السلطة التي تتمتع بها كل فئة.

و لقد دخل هذا المفهوم ميدان تحليل الخطاب على يد بيشو " ففي إطار النظرية الماركسية الألتوسيرية افترض بأن كل تشكيلة اجتماعية التي يمكن توصيفها من خلال علاقة ما بين الطبقات الاجتماعية تستلزم وجود مواقف سياسية و إيديولوجية ليست من وضع الأفراد بل هي تنتظم في تشكيلات تقوم بينها علاقة صراع و تحالف وهيمنة. إن هذه التشكيلات الإيديولوجية تنطوي على تشكيلة أو عدة تشكيلات خطابية مترابطة تحدد ما يمكن أو يجب أن يقال."[(151)] فالتّشكيلة الخطابية يكمن هدفها في تنظيم المواقف الخطابية, حيث أن كل مجموعة من المواقف تتضمن مجموعة من القواعد التي تتجسد في ظلها. لذلك تختلف هذه التشكيلات باختلاف طبيعة الإيديولوجيات و المواقف والمناسبات التي تمثلها بحيث تختلف التّشكيلة الخطابية لخطبة دينية عن التّشكيلة الخطابية لخطبة سياسية.

4.1.2 . ظروف إنتاج الخطاب:

و نعنيها مراعاة السّياق في تحليل أي مدونة خطابية, يتعلق الأمر هنا بالإطار الزّماني و المكاني و هوية المشاركين في الخطاب و انتماءاتهم الطّبقية و الاجتماعية و أحوالهم النفسية و ثقافتهم الموسوعية, و معرفة بعضهم ببعض.

و يعود أصل هذا المصطلح إلى علم النّفس الاجتماعي, لكنّه أدخل في مجال تحليل الخطاب مع بيشو كذلك للدّلالة على كل من الجانب المادي و المؤسساتي للخطاب, و جانب التّصورات المتخيلة بين طرفي التّخاطب المخاطب و المخاطب. حيث توحي لهما مرجعية كلامهما و تكشف هوية كل منهما للآخر أثناء تفاعلهما في الكلام, فيبحث المتكلم عن سبب حديثه بهذا الشّكل و يستفسر أيضا عن سبب محادثة الطّرف الثّاني له على ذلك النّحو, أي البحث " عن أي شيء أحدثه هكذا ؟ عن أي شيء يحدثني هكذا ؟ إنّ هذه التّصورات المتخيلة تتكون عبر ما قيل

(150) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص 35.

(151) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 56.

سلفا أو ما سمع سلفا."(152) فظروف إنتاج الخطاب هي تلك الظروف المحيطة بالعملية الخطابية سواء ماكان منها عائدا إلى المتلقي و المرسل و ما يحيط بهما من بيئة اجتماعية

3 . مفهوم الإستراتيجية الخطابية:

(152) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 23.

1.3 . مفهوم الإستراتيجية:

1.1.3 .المعنى اللّغوي:

لا يمكننا العودة إلى معاجمنا اللغوية القديمة للبحث عن المعنى المعجمي لهذه اللفظة, ذلك أن كلمة الإستراتيجية تعد وافدة على اللغة العربية ضمن ظاهرة الاقتراض اللغوي. فأصل هذه الكلمة إغريقي وقد اشتقت من كلمة Stratigos التي تعني فن التخطيط الحربي. لكن مفهوم هذه الكلمة اتّسع في العصر الحالي من المجال العسكري ليشمل مجالات أخرى متعددة كالمجال الاقتصادي و المجال الإداري و المجال السياسي.

و إذا ما عدنا إلى المعجم الفرنسي لاروس فنجد أن كلمة " Stratégie كلمة مؤنثة و تعني:

1 . فن تنظيم أو تنسيق عمل القوى العسكرية لبلد ما.

2 . فن تنظيم أو تنسيق القيادة من أجل إدراك هدف ما. الإستراتيجية السياسية."[153]

و نجد في معجم الأسيل أن الإستراتيجية تعني " فن الخطط و الحركات العسكرية أو الخطة الثابتة التي تتبع على الدوام في التعامل مع الدول."[154]

2.1.3 . المفهوم الاصطلاحي:

"الإستراتيجية هي الطريقة التي يتم بها انجاز شيء معين إنها خطة للتّصرف تلتزم بها المنظمة لفترة طويلة من الزمن, و تتضمن في العادة صياغة هدف معين و وضع الخطط التّنفيذية الكفيلة بتحقيقه. و هي تتضمنالاعتبارات الخاصة بالقوى التّنافسية في البيئة الدّاخلية و الخارجية للمنظمة و أثارها على عمل المنظمة.

و إذا أردنا تعريف الإستراتيجية بشكل أدق فإنها مجموعة القرارات و التصرفات الإدارية التي توجه أداء المنظمة في الأمد الطويل أو هي العملية التي بواسطتها يتمكن المدراء من تحديد الاتجاه طويل الأمد للمنظمة و تحديد أهدافها و وضع و تطوير الإستراتيجية لغرض تحقيق تلك الأهداف في ضوء المتغيرات البيئية و الخارجية."[155] فالإستراتيجية هي تصوير مبدئي للرؤى المستقبلية للمنظمة (منظمة العمل) و رسم سياساتها و تحديد غاياتها على المدى البعيد, و تحديد أبعاد العلاقات المتوقعة بينها و بين بيئتها بما يسهم في بيان الفرص و المخاطر المحيطة بها و نقاط

---

(153) LAROUSSE .Dictionnaire de Français. P.405

(154) الأسيل المعجم العربي الوسيط عربي/ عربي. ص 44.

(155) عادل حرحوش و مؤيد سعيد السالم. الموارد البشرية مدخل استراتيجي. ط 2. عالم الكتب الحديث. جدارا للكتاب العالمي. الأردن. 2006. ص 3.

الضّعف و القوة المميزة لها, و ذلك بهدف اتخاذ القرارات المؤثرة على المدى البعيد و مراجعتها و تقويمها.

وهي أيضا التّلميح الموجه للمنظمة الذي يسمح لها بتحقيق أهدافها.

. الخطة أو الاتجاه أو منهج العمل الموضوع لتحقيق هدفما و هي المحرك الأكبر الّذي يأخذنا من هنا إلى هنا و هي الأسلوب و هي مكان أو الموقع و هي منظور.

خطة موحدة شاملة و متكاملة تربط بين المنافع الإستراتيجية للمنظمة مع التّحديات البيئية و هي معدة بشكل يؤكد قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف الرئيسية.[(156)]
و عليه فالإستراتيجية مفهوم معنوي لا يمكن لأي شخص رؤيته أو لمسهوأنّ كل الاستراتيجيات عبارة عن ابتكار من مخيلة شخص معين, و هي نمط لأهم الأهداف و الغايات و السّياسات و الخطوط الحيوية لتحقيق تلك الأهداف تصاغ بطريقة ما.

و " الإستراتيجية في المفهوم التقليدي . و الأكثر شيوعا . هي عبارة عن مسلك أو مسار أو خطة توضع عن قصد و وعي للتعامل مع موقف معين . فالطالب عندما يقول أن لديه إستراتيجية للنجاح في الامتحان يقصد بذلك الطريقة التي يسلكها لتحقيق الهدف."[(157)] ولكن بالرغم من الانتشار الواسع لكلمة الإستراتيجية إلا أنها تبقى مبهمة و فضفاضة , حيث تستخدم في إدارة الأعمال للدلالة على أشياء كثيرة و مختلفة في نفس الوقت, و لم تقتصر على هذا فقط بل تعدت إلى الاستخدام في شتى المجالات الأخرى.

2.3 . مفهوم الإستراتيجية الخطابية:

سبقت الإشارة إلى أن للخطاب ثلاثة عناصر أساسية متمثلة في المرسل و المتلقي و العناصر السياقية المشتركة بينهما, فلا خطاب ينتج دون طرفيه, كما أن إهمال السياق يؤدي إلى عدم فهم الرسالة, فالمرسل لا يمكنه إغفال العناصر السياقية المحيطة به حين ينتج خطابه كما أنه يستثمر عناصر أخرى غير لغوية من أجل إيصال خطابه في أحسن صورة, و هو بذلك يخطط لخطابه من أجل إحداث الأثر المطلوب في المتلقي, و هذا الأثر قد يكون على مستوى الأفكار أو مستوى الأفعال. ويرى الشهري أن المرسل " لا ينتج خطابه غفلا من اعتبار السياق فلا خطاب دون انخراطه في سياق معين, كما لا يتجلى الخطاب دون استعمال العلامات المناسبة, فقد

(156) ينظر علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. ص 124/132.

(157) شريفحمزاوي عن مفهوم الإستراتيجية في إدارة الأعمال. مجلة التواصل. عدد جوان 2002. الجزائر. ص 41.

يستعمل المرسل اللغة الطبيعية, كما قد يستعمل بعض العلامات غير اللغوية ليمارس بها خطابا قد يوصف بأنه نوع من السلوك, و يتنوع تصنيف السلوك, فقد يوصف بالسلوك المتأدب, أو بالسلوك العدواني, و غير ذلك من الأوصاف."(158) فالناس أثناء تواصلهم بين بعضهم البعض لا يكتفون باستعمال المنطوق (اللّغة أو الكلام) بل يستعينون بما توفره المنظومة الإشارية الر ّ مزية من أدوات للتواصل إذا ما استدعى السياق ذلك من أجل تحقيق الهدف المرجو من الخطاب و هو التأثير في المتلقي.

و الاستراتيجيات عند فوكو هي" كيفيات في التعامل مع الخطاب و تناوله تختلف فيما بينها اختلافا نسقيا تختلف في حصر الموضوعات و وصلها و فصلها و ربطها, و تفريع بعضها من بعض, كيفيات تختلف في تركيب أشكال العبارات في اختيارها و تنصيبها و إنشاء مجموعات و تركيبها في وحدات بلاغية كبرى, و في التعامل بالمفاهيم, لوضع قواعد استخدامها و إدخالها في تناسقات جهوية, و إنشاء بناءات مفاهيمية انطلاقا من ذلك . ليست تلك العبارات بذورا أولى للخطابات تحددها سلفا و تجسدها مقدما في صورة مصغرة شبه مجهرية, بل هي أساليب مسطرة و قابلة لأن توصف من حيث هي كذلك للشروع في توظيف إمكانيات الخطاب و استثمارها."(159) فتحديد الاستراتيجيات التي يقوم عليها أي خطاب هو حصر لموضوعاته و كيف تتصل بعضها ببعض و تنفصل, و أشكال العبارات و اختيارها و التأليف بينها, و ضبط المفاهيم و كيف يتم توظيفها و تحديد قواعد استعمالها.

و عليه فإن تحديد الاستراتيجيات الخطابية يهتم أيضا و بشكل أساسي بوصف كيفيات تناول هذه الاستراتيجيات و التّعامل معها, كون هذه الاستراتيجيات أساليب مسطرة يتم من خلالها استثمار كل الخيارات المتاحة. ما يعني أن مفهوم الإستراتيجية يقوم أساسا على مبدأ الاختيار الذي هو " قانون حجاجي عام يعني الاختيار الدقيق و الواعي لدقائق الخطاب قبل قضاياه الكبرى."(160) و نظرا لكون مبدأ الاختيار ذا أهمية عظمى, فإننا نجد أن الجرجاني قد أفرد له فصلا في كتابه دلائل الإعجاز أشار فيه إلى أن امتياز العبارة يكون بالتّأثير الذي تمارسه فيقول " لا يكون لإحدى العبارتين مزية على الأخرى حتى يكون لها في المعنى تأثير لا يكون لصاحبتها."(161) فمبدأ

(158) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 55.

(159) ميشال فوكو. حفريات المعرفة. ترجمة سالم يفوت. ط 3. المركز الثقافي العربي. الدار البيضاء المغرب. 2005. ص 65.

(160) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة بنيته و أساليبه. جدارا للكتاب العالمي عمان عالم الكتب الحديث اربد. الأردن. 2008. ص 102.

(161) أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن بن محمد الجرجاني. دلائل الإعجاز. د ط. تحقيق سعد كريم الفقي. دار اليقين لنشر و التوزيع. د ب. د ت. ص 455.

الاختيار هو الأساس الذي يستند عليه تأثير العبارة. و وفقا لهذا المبدأ فالإستراتيجية الخطابية تكون " فعل الذات التي تعمل على اختيار مجموعة من العمليات اللغوية."(162)

كما حاول شارودو توضيح مفهوم الإستراتيجية الخطابية في إطار الفعل اللغوي حين يرى " أن تشكيل بنية فعل لغوي ما تستلزم بعدين أساسيين ... أما البعد الثاني فهو بعد الإستراتيجية التي تقابل مجموع الاختيارات الممكنة التي تسمح للذوات الفاعلة بإخراج الفعل اللغوي."(163)

و إذا كان مصطلح الإستراتيجية يرجع إلى المجال العسكري الذي أشرنا إليه سالفا "و هو يشير إلى طرق الوصول إلى أهداف عسكرية طويلة المدى, ويستخدم عادة مع صنوه المكمل تكتيك Taktik (طرق الوصول إلى أهداف جزئية)."(164) فإن هذا المصطلح في علم اللغة لا يؤدي " إلى الآن إلاّ دورا ثانويا. فلم يتحدث إلا عن استراتيجيات المتكلم و ليس أيضا عن إستراتيجية السامع. و استند المصطلح إلى إنتاج جمل مفردة ليست مكتملة من النظرة التي مفادها أن النصوص في ذاتها ليست مكتملة دائما."(165) فهي إذن كل محاولة للوصول إلى أهداف معينة من خلال الأفعال اللغوية, و من ثم فهي سلسلة من العمليات التي تحدث في اختيار و اتّخاذ القرارات التي تجري بوعي من المتكلم. و يخلص الشهري إلى تعريف الإستراتيجية الخطابية بأنها " عبارة عن المسلك المناسب الذي يتخذه المرسل للتلفظ بخطابه, من أجل تنفيذ إرادته و التعبير عن مقاصده التي تؤدي لتحقيق أهدافه من خلال استعمال العلامات اللغوية و غير اللغوية, وفقا لما يقتضيه سياق التلفظ و يستحسنه المرسل."(166) فالإستراتيجية الخطابية هي سبيل يسلكه المتلقي للوصول إلى الغرض أو الهدف المنشود و هو التأثير. و يقوم مفهوم الإستراتيجية الخطابية وفقا لمراعاة ثلاثة أبعاد هي, هدف الخطاب, و عناصره السياقية التي يتنج ضمنها و العلاقة القائمة بين طرفي الخطاب (المرسل و المتلقي).

1.2.3 . أنواع الاستراتيجيات الخطابية:

(162) P. Charaudeau. D. Manguenau. Dictionnaire d'analyse du Descours. Seuil. Paris. P 549.

(163) المرجع نفسه. ص 549.

(164) هاينه مان قولفجانج و فيهقجر. مدخل إلى علم لغة النص. د ط. ترجمة سعيد حسن بحيري. مكتبة زهراء الشرق. القاهرة. د ت. ص 269.

(165) المرجع نفسه. ص 269.

(166) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 62.

حين يقوم المرسل بوضع إستراتيجية لخطابه فانه يأخذ في الحسبان عاملين مهمين يتمثلان في علاقته بالمتلقي و السّلطة التي يمتلكها احد هما على الآخر أو قد تتساوى بينهما, و في كل حالة من هذه الحالات فالمرسل يضع إستراتيجية مناسبة لخطابه. ويتم تصنيف أنواع الاستراتيجيات الخطابية بناء على معايير واضحة تتمثل في, المعيار الاجتماعي و يتعلق بالعلاقة بين طرفي الخطاب, و هو المبدأ الذي تتأسس عليه الإستراتيجية التلميحية و الإستراتيجية التوجيهية. و المعيار الشكلي (شكل الخطاب اللّغوي) و تتأسس عليه الإستراتيجية التلميحية. و معيار الهدف من الخطاب و تتأسس عليه إستراتيجية الإقناع.

و تتمثل الاستراتيجيات التي يمكن للمرسل اختيارها فيما يلي .

1.1.2.3 الإستراتيجية التّضامنية:

و هي " الإستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسد بها درجة علاقته بالمرسل إليه و نوعها و أن يعبر عن مدى احترامه لها و رغبته في المحافظة عليها أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما. و إجمالا هي محاولة التقرب من المرسل إليه و تقريبه."[167] فالإستراتيجية التضامنية هي محاولة من المرسل تجاوز سلطته على المتلقي, و تأسيس علاقة متساوية بينهما من خلال الخطاب منزهة عن كل دوافع أو غايات و هذا ما يسميه الشهري بمبدأ التأدب في الخطاب حيث تقوم هذه الإستراتيجية بإزالة الفروق الفردية بين طرفي الخطاب, لتصبح العلاقة بينهما أفضل مما كانت عليه قبل بدأ الخطاب.

و يشير الشهري إلى أن للإستراتيجية التضامنية عناصر متمثلة في:

مدى التّشابه و الاختلاف الاجتماعي بين طرفي الخطاب.

مدى تكرار الاتّصال بين طرفي الخطاب.

مدى امتداد المعرفة الشّخصية بين طرفي الخطاب.

درجة التّآلف أو كيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهما.

الأثر الايجابي أو السّلبي الذي يخلفه الخطاب في المتلقي.[168]

2.1.2.3 الإستراتيجية التّوجيهية:

---

(167) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 257.
(168) ينظر. المرجع نفسه. ص 259.

سبقت الإشارة إلى أن المرسل ينتج خطابه وفق ما تقتضيه الإستراتيجية التضامنية من تأدب و حسن الخلق مع المتلقي, و لكن قد يهمل المرسل هذا الجانب و يأخذ بجوانب أخرى وفق ما يقتضيه سياق الخطاب. وهذا ما يعرف بالإستراتيجية التوجيهية, أي أن الظروف المحيطة بالمتلقي هي من توجهه لانتهاج أسلوب معين في خطابه مع المتلقي, فهناك مواقف تستدعي المرونة في الحديث و هناك مواقف تستدعي الشدة. فنوع الخطاب هو من يوجه المرسل لاختيار إستراتيجيته بغرض التأثير في المتلقي بالقول. و يرى الشهري بأن " الخطاب ذا الإستراتيجية التوجيهية يعد ضغطا و تدخلا و لو بدرجات متفاوتة على المرسل إليه, و توجيهه لفعل مستقبلي معين, و هذا سبب تجاوز المرسل لتهذيب الخطاب من خلال استعمال بعض الأساليب و الأدوات اللغوية التي لا تتضمن بطبيعتها ذلك."(169) فتهذيب الخطاب يأتي في المقام الثاني بحيث يتقدمه تبليغ المحتوى في المرتبة الأولى, و هذا عكس ما تدعو إليه النظريات التي تناولت التأدب. فهدف المرسل في خطابه في هذه الإستراتيجية ليس التأدب فهو شيء ثانوي بالنسبة إليه, بل إحداث تغيير في المتلقي باستعمال سلطته عليه.

2.1.2.3 الإستراتيجية التّلميحية:

قد يعبّر المرسل للمتلقي عن قصده بأسلوب مباشر يفصح فيه عن رغبته أو هدفه من الخطاب. و لكنه قد يلجا إلى التعبير بأسلوب غير مباشر, بحيث يلمح بدلا من أن يصرح, و في هذه الحالة على المتلقي أن يبذل مجهودا ذهنيا لفهم ما يقصده المرسل, مثلا كأن يقول الأستاذ للطالب المثرثر(باب القاعة مفتوح) فالغرض من هذه العبارة ليس إبلاغ الطالب بمعلومة مفادها أن باب القاعة مفتوح, بل الغرض الحقيقي هو أمر بمغادرته للقاعة.

و المرسل حين يفعل هذا فهو يتبنى الإستراتيجية التلميحية " التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغاير معنى الخطاب الحرفي لينجز بها أكثر مما يقوله, إذ يتجاوز بقصده مجرد المعنى الحرفي لخطابه, فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر السياق."(170) فالسياق هو من يعطي للخطاب معناه و دلالته, و على المرسل استثمار معرفته المسبقة في العملية الاستدلالية للوصول إلى المراد الحقيقي من الملفوظ, من دون وجود علاقة منطقية تربط بين الخطاب الملفوظ و المعنى المراد منه, فالمتلقي هنا يقوم بعملية اكتشاف المعنى الغير مباشر من الأسلوب الغير مباشر للمرسل, حيث يصبح السياق هنا جسرا يوصل بين الاثنين.

4.1.2.3 . إستراتيجية الإقناع:

(169) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 322.

(170) المرجع نفسه. ص 371.

و ترتبط هذه الإستراتيجية بالهدف من الخطاب, فهدف المرسل هو إقناع المتلقي بما يراه أي " إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي لديه."[171] و أن يغرس فيه إيمانا بما يقول,ذلك أنّه " لكل خطاب هدف ينشده و غاية يرمي إليها فهو ينشد الفعل في المتلقي و يروم التأثير فيه و توجيه أفكاره الوجهة التي يريد."[172] فالمرسل إذ يختار إستراتيجية الإقناع فهو يسعى إلى إحداث تغيير في قناعات ورؤى المتلقي, بحيث يجعله يتبنى موقفا معينا, و ينتهج منهجا محددا وفق ما يرمي إليه المرسل. فالهدف من الخطاب هو الأساس الذي تبنى عليه إستراتيجية الإقناع إذ تكتسب اسمها منه.

" و تختلف الاستراتيجيات التي تسهم في ذلك من ناحية العلاقة بين طرفي الخطاب, أو من ناحية تجسيدها لشكل الخطاب اللغوي كما تختلف الآليات و الأدوات اللغوية و ذلك لاختلاف الحقول التي يمارس المرسل فيها الإقناع مثل الحقل العلمي أو الاجتماعي أو السياسي."[173] فالهدف من الخطاب هو من يحدد دوما نوع الإستراتيجية التي يتبناها المرسل في خطابه. كما أن السياق الذي يرد فيه الخطاب يلعب أيضا دورا لا يستهان به في عملية تحديد الاستراتيجيات.

ثالثا:مفهوم التّداولية

---

(171) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص446.

(172) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص 70.

(173) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 444.

1. مفهوم التّداولية:

من أجل الإحاطة بمفهوم التداولية في إطارها العام لابد أولا من تعريف هذا المصطلح تعريفا معجميا لغويا, ثم البحث عن ماهية هذا المصطلح عند أهل الاختصاص في الحقل البحثي اللساني اللغوي. و من اجل إيراد التعريف اللغوي لابد من العودة إلى بطون المعاجم و القواميس اللغوية القديمة منها و الحديثة للوقوف على حقيقة هذا المصطلح.

1.1. دلالة الجذر اللّغوي لمصطلح تداولية:

1.1.1 .في اللّغة العربية:

1.1.1.1 . في المعاجم القديمة:

ورد في معجم مقاييس اللغة: كتاب الدال, باب الدال و الواو و ما يثلثهما. " دول: الدال و الواو و اللام أصلان:إحدهما يدل على تحوّل شيء من مكان إلى مكان, و الآخر يدل على ضعف و استرخاء.فأما الأول: فقال أهل اللغة: اندال القوم إذا ما تحولوا من مكان إلى مكان و من هذا الباب تداول القوم الشيء بينهم, إذا صار من بعضهم إلى بعض, و الدولة (بفتح الدال) و الدولة (بضم الدال) لغتان, و يقال بل الدولة (بضم الدال) في المال و الدولة (بفتح الدال) في الحرب, و إنما سمي بذلك من قياس الباب لأنه أمر يتداولونه فيتحول من هذا إلى ذاك, و من ذاك إلى هذا."(174) " فمدار اللفظ هو التناقل و التحول, بعد أن كان مستقرا في موضع و منسوبا إليه , و قد اكتسب مفهوم التحول و التناقل من الصيغة الصرفية (تفاعل) الدالة على تعدد حال الشيء , كما ينتقل المال من هذا إلى ذاك أو الغلبة في الحرب من هؤلاء إلى هؤلاء."(175)

و ورد في معجم لسان العرب باب الدال المهملة, مادة دول." دول: الدولة (بفتح الدال) و الدّولة (بضم الدال) العصبة في المال و الحرب سواء,و قيل الدّولة بالضم في المال,و الدّولة بالفتح في الحرب. و قيل هما سواء فيهما يضمان و يفتحان, و قيل بالضم في الآخرة, و بالفتح في الدنيا, و قيل: هما لغتان فيهما, و الجمع دول(بضم الدال) و دول (بكسر الدال). قال ابن جني: مجيء فعلة على فعل يريك أنها كأنها جاءت عندهم من فعلة,فكان دولة و دولة وا ٍنما ذلك لأن الواو مما سبيله أن نياتي تابعا للضمة, و هذا مما يؤكد عندك ضعف حروف اللين الثلاثة و قد أداله. الجوهري: الدولة بالفتح في الحرب أن تدال إحدى الفئتين على الأخرى. يقال كانت لدينا عليهم الدولة و الجمع الدول. و الدولة بالضم في المال, يقال صار الفيء دولة بينهم يتداولونه مرة

---

(174) أحمد ابن فارس. معجم مقاييس اللغة. ص 351.
(175) خليفة بوجادي . في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم. ط 1. بيت الحكمة للنشر و التوزيع العلمة. الجزائر 2009.

لهذا و مرة لهذا, و الجمع دولات و دول. و قال أبو عبيدة الدولة: بالضم اسم للشيء الذي يتداول به بعينه, و الدولة بالفتح, الفعل. و في حديث أشراط الساعة: إذا كان المغنم دولا جمع دولة بالضم, و هو ما يتداول من المال فيكون لقوم دون قوم .الأزهري: قال الفراء في قوله تعالى: " كي لا يكون دولة بين الأغنياء منكم"قراها الناس برفع الدال إلاّ السلمي فيما اعلم فانه قراها بنصب الدال,قال : و ليس هذا للدولة بموضع إنما الدولة للجيشين يهزم هذا هذا ثم يهزم الهازم, فتقول: قد رجعت الدولة على هؤلاء كأنها المرة. قال: و الدولة برفع الدال في الملك و السنن التي تغير و تبدل عن الدهر فتلك الدولة و الدول."(176)

و ورد في القاموس المحيط : " تداولوه: أخذوه بالدول. و دواليك, أي مداولة على الأمر, أو تداول بعد تداول."(177) و الملاحظ أن كل هذه المعاجم لم تخرج عن دلالات مادة دول التي تحيل على التحول و التناقل من مكان إلى آخر بالنسبة للقوم, و الاسترخاء بالنسبة للبطن.

2.1.1.1 . في المعاجم الحديثة:

إنّ الملاحظة التي يجب أن نوردها هي أن المصدر الثّلاثي "دول" الذي تبعناه في المعاجم القديمة قد طرأ عليه نوع من التغيير, حيث بدلت الواو ألفا فصار "دال" و لكن المعنى يمكننا القول بأنه لم يتغير, لذلك سنتتبع معاني "دال" في المعاجم الحديثة. حيث ورد في قاموس المنجد في اللغة و الأعلام: حرف الدال مادة دال." دال: دولة الزمان دار و انقلب من حال إلى حال. يقال " دالت له الدولة أي صارت إليه ". و دال الثوب:بلي و دال الرجل في مشيه أسرع و خفّ في تقارب خطو. . داول: مداولة الله الأيام بين الناس:صرفها بينهم فصيّرها لهؤلاء تارة و لهؤلاء أخرى. و داول الماشي بين قدميه: جعل يراوح بينهما. . أدال: إدالة الشيء جعله متداولا. و أدال الله بني فلان من عدوهم: جعل الكرة لهم عليه. و أدال الله زيد من عمرو: نزع الدولة من عمرو و حولها إلى زيد. تداولته الأيدي: تعاقبته أي أخذته هذه مرة و هذه مرة. و منه قولهم:" تداولوا الشيء بينهم" أي تناقلوه و قلبوه بين أيديهم ة تناوبوه. . اندال القوم: تحولوا من مكان إلى مكان. استدال الأيام استعطفها. . الدولة (مص) ج دول و دول: ما يتداول فيكون مرة لهذا و مرة لذاك, فتطلق على المال و الغلبة . تطلق إجمالا على البلاد فيقال مثلا: "دولة لبنان الدول العربية" . الهيئة الحاكمة في البلاد. يقال: " كانت لنا عليهم الدولة " أي استظهرنا عليهم. و يقال: " لكل زمان دولة و رجال ". و يقال: " الدهر دول " أي لا ثبات و لا قرار. صاحب الدولة: لقب رئيس

(176) ابن منظور. لسان العرب. ص 22.

(177) محمد بن يعقوب الفيروز آبادي. القاموس المحيط. د ط. تحقيق يوسف الشيخ محمد البقاعي. دار الفكر. بيروت. 1995. ص 114.

الوزراء. . الدولة: ما يتداول فيكون مرة لهذا و مرة لذاك فتطلق على المال و الغلبة. الدولة ج دولات: الداهية. الإدالة: الغلبة. دواليك: مداولة بعد مداولة أو نداول الأمر تداولا بعد تداول, و يراد به التوكيد, و هو مفعول مطلق محذوف العامل و يقال: فعلنا ذلك دواليك " أي فعلناه كرات بعضها بعد أخرى."(178)

و ورد في منجد الطلاب في باب حرف الدال مادة دال." [دال . دولة] الزمان: دار و انقلب من حال إلى حال. دال الرجل في مشيه: أسرع و خف في تقارب خطو. دال بطنه:استرخى. دال الثوب: بلي.[دال دالة و دولا] اشتهر.[داول مداولة] الله الأيام بين الناس:صرفها بينهم فصيّرها لهؤلاء تارة و لهؤلاء أخرى. دال الماشي بين قدميه:جعل ير اوح بينهما. ... [يقال دواليك] أي مداولة بعد مداولة. و المعنى داول يا فلان مداولة, أو تداول الأمر تداولا بعد تداول. و يراد به التوكيد." (179)

و ورد في قاموس الأسيل: " دال [دولة و دولا] الدهر: تحول من حال إلى حال, له الأمور: صارت له, خضعت لامرأته, بطنه: استرخى. الثوب: أصيب بالبلى."(180)

و يقدم عبد الحميد السيد تعريفا لغويا موجزا استقاه من معجم لسان العرب يقول فيه: " و التداول لغة مصدر تداول, يقال: دال يدول دولا: انتقل من حال إلى حال, و أدال الشيء جعله متداولا. و تداولت الأيدي الشيء: أخذته هذه مرة و تلك مرة أخرى."(181) من خلال هذه التعريفات اللغوية التي وردت في مادة دال أو دول نكتشف كيف اشتقت التداولية من مفهوم الأخذ و الرد, سواء أكان ذلك في المال أو الحرب أو الملك, و غيرها من أمور, أي عدم الثبات و الاستقرار على أمر واحد أو حالة واحدة, فهكذا أخذت التداولية معناها الاصطلاحي القائم على الأخذ و الرد بين أطراف الخطاب أو المشاركين فيه, حيث يحاول كل طرف إيصال فكرة ما أو زرع قناعة ما, أو إلزام الآخرين بتبني وجهة نظر ما.

---

(178) المنجد في اللغة و الأعلام. ط 29. دار المشرق بيروت. لبنان. 2002. ص 202 .

(179) فؤاد افرام البستاني. منجد الطلاب. ط 27. دار المشرق بيروت. لبنان. د ت. ص 212.

(180) الأسيل القاموس العربي الوسيط عربي/عربي. ص 300.

(181) عبد الحميد السيد.دراسات في اللسانيات العربية ا بنية الجملة العربية . التراكيب النحوية و التداولية علم النحو و علم المعاني. ط 1. دار حامد للنشر و التوزيع عمان. الأردن. 2004. ص 119.

2.1. 1. في اللّغة الأجنبية:

" تعود كلمة (التّداولية) في أصلها الأجنبي Pragmatique إلى الكلمة اليونانية Pragmaticus و التي يعود استعمالها إلى عام 1440م و مبناها على الجذر Pragma و معناه الفعل Action ثم صارت الكلمة بفعل اللاحقة تطلق على كل ما له نسبة إلى الفعل أو التحقق العملي, أما في الفرنسية فقبل أن تدخل إلى مجال الدراسات الفلسفية و الأدبية, فإنها استعملت في المجال القانوني و تحديدا في عبارةPragmatique Sanction و تعني المرسوم أو المنشور أو نحوه الذي يهدف إلى تسوية قضية هامة باقتراح الحلول العملية و النهائية في الوقت نفسه, ثم كان توظيفها في مجال العلوم البحتة لتدل على كل بحث أو اكتشاف له صفة إمكانية التطبيق العملي و في وقت متأخر تسللت الكلمة إلى اللغة المستعملة في عبارات من مثل: هذا تفكير عملي, أو هو شخص عملي للدلالة على أن شخصا ما ميال إلى إيجاد الحلول العملية و الواقعية لما قد يطرح من إشكالات."(182)

2.1 . المفهوم الاصطلاحي:

يقترح عبد الرحمن طه مصطلح تداوليات بدلا من تداولية واحدة, حيث نجده يقول " و قد وقع اختيارنا منذ 1970 على مصطلح التداوليات مقابلا للمصطلح الغربي (براغماتيقا) لأنه يوفي المطلوب حقه , باعتبار دلالته على معنيين الاستعمال و التفاعل, و لقي منذ ذلك الحين قبولا من لدن الدارسين الذين أخذوا يدرجونه في أبحاثهم."(183)

و يعرّف مانغونو التداولية بأنها " اصطلاح مدعاة دائما للالتباس, فهو مستعمل في الوقت نفسه للإحالة على مجال لساني و رؤية خاصة للّغة. يحيل لفظ التداولية على مكون من مكونات اللّغة إلى جانب المكون الدلالي و المكون التركيبي من حيث معناها الضيّق تطلق التّداولية على التّخصص أو التخصصات التي تعنى بالمكون التّداولي. وعندما نتحدث عن المكون التّداولي. أو عندما نقول إن ظاهرة ما خاضعة (لعوامل تداولية) فإننا نقصد بذلك المكون الذي يعالج وصف معنى الملفوظات في سياقها فنفس الملفوظ (بول ليس هنا) مثلا: يؤول حسب السياقات كملفوظ تهكمي أو كدعوة لاحترام النظام, أو كنتيجة لمحاجة الخ و السّؤال الذي يطرح حينئذ هو معرفة ما إذا كان المعنى قابلا لأن يفصل عن التّداولية.هناك جدال قائم بين من يدعو إلى إدماج التّداولية

(182) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ط 1. بيت الحكمة للنشر و التوزيع العلمة. الجزائر.2009. ص18.

(183) طه عبد الرحمن. في أصول الحوار و تجديد علم الكلام. ط 2. المركز الثقافي العربي الدار البيضاء. المغرب. 2000. ص 27.

في صلب نظام اللّغة, و القائلين بإبقاء الانفصال قائما بين الدّلالةو التّداولية. . التّداولية توصيف كذلك لتصور اللّغة و بشكلأعم التّبليغ / الاتصال, و الذي يعارض التصور البنيوي, في هذا الباب تسري التداولية في العلوم الإنسانية كافة إن التداولية ليست بنظرية بقدر ما هي تشابك للعديد من التيارات التي تشترك في عدد من أمهات الأفكار. و بخاصة سيميائيات بيرس و نظرية أفعال الكلام لأوستين التي واصلها سيرل و دراسة الاستنباطات التي يقوم بها المشاركون في التفاعل لغرايس."[184] فالتّداولية كنظرية حديثة لفظة يلفها بعض من الغموض, كونها تتموقع بين مجالين للدّراسة,المجال اللّساني و نظرته الخاصة للّغة,و المجال الدّلالي. فهي لسانية من حيث موضوع الدّراسة الّذي هو اللّغة,أما نظرتها الخاصة للغة فتتمثل في النّظر إليها كأداة حجاجية لا تواصلية أو تبليغية فقط كما تراها اللّسانيات.

و تشير لفظة التّداولية إلى عدة مكونات لغوية و دلالية و تركيبية, هذه المكونات التي يراها موريس ضرورية من أجل الإحاطة بأية لغة, فلابد إذن منعلم الدّلالة و علم التراكيب و التداولية تنفرد بدراسة العلاقات القائمة بين الأدلة و بين اللفظة و مدلولها. فالتداولية وصف عام للغة أو للوسيلة التّبليغيةو هي تشكل شبكة عامة مع جملة من التّيارات الفكرية الإنسانية. وهي أيضا " ذلك الاهتمام المنصب على مستوى لساني خاص يهتم بدراسة اللغة في علاقاتها بالسياق المرجعي لعملية التخاطب, و بالأفراد الذين تجري بينهم تلك العملية التواصلية."[185]إنّها تفاعل بين المستوى اللغوي المتمثل في شبكة العلاقات الدّاخلية بين العبارات و الجمل و بين المستوى غير اللّغوي و المتمثل في كل ما يحيط بالعملية التواصلية خارج إطار اللغة.

و من ناحية عملها " فإن التداولية تركز اهتمامها . كمستوى لساني أفقي يعد أعلى تفاعل لهرم البنية اللغوية وهي علوية متفرعة مدمجة . على مجموع الضوابط و المبادئ التي تحكم عملية تأويل الرموز و الإشارات اللغوية في إطار جهاز تلك الدلائل."[186]فليست اللّغة في ذاتها هي من يعين في عملية التّأويل,بل ما هو موجود خارج هذه اللّغة كتعابير الوجه و حركات الجسد مضافا إليها العامل الزّمكاني, و كل هذه العوامل مجتمعة تساعد على إنتاج الدلالة " التي هي وليدة علاقات العلامات بمستعمليها, بوصفهم أحياء عاقلة ذوي أبعاد متعددة."[187]

(184) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 93/92.

(185) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 28.

(186) بسام قطوس. دليل النظرية النقدية المعاصرة. ط 1. مكتبة دار العروبة للنشر و التوزيع. الكويت. 2004. ص 191.

(187) مسعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 19.

و يقدم عبد الحميد السيد تعريفا اصطلاحيا للتّداولية يتمثل في أنّها " اتجاه في الدراسات اللسانية يعنى بأثر التفاعل التخاطبي في موقف الخطاب و يستتبع هذا التفاعل دراسة كل المعطيات اللغوية و الخطابية المتعلقة بالتلفظ, و بخاصة المضامين و المدلولات التي يولدها الاستعمال في السياق. و تشمل هذه المعطيات:

. معتقدات المتكلم و مقاصده, و شخصيته و تكوينه الثقافي, و من يشارك في الحدث اللغوي.

. الوقائع الخارجية و من بينها الظروف المكانية و الزّمانية, و الظواهر الاجتماعية المرتبطة باللغة.

. المعرفة المشتركة بين المتخاطبين و أثر النص الكلامي فيهما."(188) و في هذا إقرار بانتماء التداولية إلى حقل الدراسات اللسانية, و لكنها تعنى أيضا بدراسة الأثر الذي يتركه استعمال اللغة أثناء عملية التخاطب, حيث تقوم بدراسة كل المعطيات المحيطة بعملية إنتاج الخطاب كالقصدية و إطار المشاركة و غيرها.

أما الشهّري فيرى بأن التّداولية اكتسبت عددا من التّعريفات بناء على مجال اهتمام الباحث نفسهفقد يقتصر الباحث على دراسة المعنى الدّلالي,أو المعنى في سياق التّواصل, ما يسوغ معه تسمية المعنى بمعنى المتكلم, فيعرفها بأنهادراسة المعنى التّواصلي, أو معنى المرسل في كيفية قدرته على إفهام المتلقي بدرجة تتجاوز معنى ما قاله. قد يعرّفها انطلاقا من اهتمامه بتحديد مراجع الألفاظ و أثرها في الخطاب, و منها الإشاريات بما في ذلك طرفي الخطاب و بيان دورهما في تكوين الخطاب و معناه و قوته الإنجازية.

و يمكن أن تعرف التّداولية من وجهة نظر المرسل بأنها كيفية إدراك المعايير و المبادئ الّتي توجهه عند إنتاج الخطاب, بما في ذلك استعمال مختلف الجوانب اللّغوية, في ضوء عناصر السّياق,بما يكفل له ضمان التّوفيق من لدن المتلقي عند تأويل قصده و تحقيق هدفه. " و من هذه الرّؤى المتعددة تغدو التّداولية في مفهومها العام هي دراسة الاتّصال اللّغوي في السّياق في بنية الخطاب,و مرجع رموزه اللّغوية معناه كما يقصد المرسل.

و نجد فريدة موساوي ترى فيالتّداولية بأنّها " منهج تحليل الخطاب أكثر منه اتجاه نقدي محددفهي تضم تقريبا كل الاتجاهات الأخرى كالنقّد النّفسي و الاجتماعي و غير ذلك,غير أنّ التّداولية تستفيد من هذه العناصر المتنوعة بربطها بظروف إنتاج الخطاب, بمعنى الاستفادة منها في صياغة التأويلات الممكنة لمدونة ما, و ليس كمسلمات يتم إسقاطها على هذا النص أو ذاك مثلما كانت تفعل المناهج السابقة كالمنهج النفسي و الاجتماعي و غيرها."(189) فهناك تأكيد على انتماء هذه النّظرية إلى حقل المنظومة اللّسانية و تنأى عن منظومة المناهج النّقدية, بل هي بمثابة

---

(188) عبد الحميد السيد. دراسات في اللسانيات العربية ا بنية الجملة العربية . التراكيب النحوية و التداولية علم النحو و علم المعاني. ص 120.

(189) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص 30.

وعاء يضم كل هذه المناهج النقّدية ليس في إطار ها العام, بل فيما يتعلق فقط بالظّروف المحيطة والمؤثرة في عملية إنتاج الخطاب, من أجل الوصول إلى تقديم قراءة تأويلية للمدونة الخطابية, أي آليات يتم إسقاطها على النّ ص مثلما تقوم به هذه المناهج. " فالتداولية كمنهج ترتكز على تحليل عملية التلفظ. فالخطاب هو أولا و قبل كل شيء نشاط تلفظي, و من هذه الزاوية بدأت تظهر خصوصية المنهج في التحليل, كما بدأ يظهر نوع من الإجماع في تعريف التداولية على أنها دراسة استعمال اللغة (الكلام Langage) و التي تعنى بمعالجة الكيفية التي تستجيب بها العبارات المجازية للسياقات المرجعية أو المرتبطة بالمقام أو الفعل و كذا العلاقة بين مجموعة أشخاص متكلمين. فبالإضافة إلى عملية التلفظ تهتم التداولية بالسياق المرجعي أو السياق المرتبط بالمقام, و العلاقات الموجودة بين مجموعة من المتكلمين."(190) فمجال التّداولية هو دراسة عملية التلفظ, كون الخطاب فعل تلفظي,و لهذا فالتداولية تركز على استعمال اللّغة في الواقع (الكلام) مع مراعاة السّياق و منظومة العلاقات التي تجمع الفاعلين في العملية التّ خاطبية.

و نجد سامية الدريدي تستعمل مصطلح البراغماتية عوضا عن التداولية, و تقدم تعريفها على الشكل الآتي " النعت من البراغماتية أي براغماتي لفظ غامض مبهم إذ يعني في الفرنسية عادة ما هو مادي محسوس مطابق للحقيقة في حين يعني في الإنجليزية . و هي لغة أغلب النصوص المؤسسة لهذه النظرية . ما له علاقة بالأفعال و الأحداث الواقعية, و من هنا يبدو الحقل المعرفي للبراغماتية شاسعا إذ يمكن أن يضم اللسانيات و الاجتماع و الانتروبولوجيا و علم النفس الاجتماعي. و تبدو المباحث البراغماتية منشغلة بكل ما تثيره هذه المجالات المعرفية من إشكالات و ما تخوض فيه من قضايا لذلك لا نستغرب الاختلافات القائمة بين هؤلاء الباحثين في صلب النظرية البر اغماتية سواء في طرائق البحث أو غايته إلى حد يبيح لنا الحديث عن براغماتيات لا عن براغماتية واحدة."(191) فالدّ ارسة هنا تقر بأن البراغماتية لفظ يلفه الغموض و الإبهام لتضارب معناه في اللّغتين الفرنسية و الانجليزية, حيث يعني في الأولى شيء و يعني في الثّ انية شيء آخر كما تشير أيضا إلى شساعة حقل التّداولية نظرا لتموقعها بين حقلين للّدراسة,حقل الدّ راسات اللّسانيةو حقل الدرّاسات النّ قدية, هذا ما أدى إلى الاختلافات بين الباحثين سواء ما تعلق بطرائق البحث أو بأهدافهو تسوق الباحثة تعريفات أخرى للتّ داولية متمثلة فيما يلي:

"1 . مجموع البحوث اللسانية المنطقية التي تهتم بدراسة استعمالات الكلام و تبحث في مطابقة الأشكال الدالة للسياقات المرجعية.

2 . دراسة استعمالات الكلام كظاهرة استدلالية و تداولية و اجتماعية.

---

(190) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص 32.

(191) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص 16.

3 . هي نظام لساني فرعي يهتم تحديدا باستعمال الكلام في التواصل."[192]وهذه التّعريفات تجعل من الكلام مبدأ مشتركا يجعل من التّداولية تحليلا للأحداث و الوقائع الكلامية الملاحظة و علاقتها بالسياق الحقيقي, و هذا التحليل و إن حصر في مجال التواصل الإنساني إلا أنه لا يمكن حده أو حصره في مجال معين و هذا المبدأ النظّري يشكل الرّابط الّذي يسمح بتتبع نضجالتّداولية في مختلف الأنظمة التي ظهرت فيها.

و تذهب حمو الحاج إلى اعتبار التلفظ أساس للتداولية فبدونه لا يمكن تحديدها كعملية و لكن كلاهما (التلفظ و التداولية) يخضع لعامل السياق الذي تسميه "الإطار المجهول الذي نبحث عنه في تبعية الخطاب بغية فهم الكلام و القصد منه."[193]

و تعد التّداولية من أحدث النّظريات التي عرفتها اللّسانيات, حيث خرجت من سياج البنيوية المغلق إلى رحاب التّداول بكل أبعادهالمساهمة في أفق التّلقي, فأصبحت حلبة تلتقي فيهالمناهج النّفسية و الاجتماعية و الإيديولوجية. " فهي دراسة استعمال اللغة في الخطاب شاهدة في ذلك على مقدرتها الخطابية و هي تهتم ببعض الأشكال اللسانية التي لا تتحدد معناها إلا من خلال استعمالها فهي علم الاستعمال اللغة اللساني ضمن السياق ."[194]فالتّداولية عنده تهتم بالاستعمال اللّغوي ضمنالسّياق الّذي يرد فيه.

و إذا انتقلنا إلى تعريف جيلالي دلاشللتّداولية فإنه يعرفها بقوله : " التداولية تخصص لساني يدرس كيفية استخدام الناس للأدلة اللغوية في صلب أحاديثهم و خطاباتهم, كما يعني من جهة أخرى بكيفية تأويلهم لتلك الخطابات و الأحاديث, و بناء على ما تقدم يمكننا القول كذلك بأن اللسانيات التداولية إنما هي لسانيات الحوار و الملكة التبليغية أي ما يعرف بـ Compétence de communication التي تقابل الملكة اللغوية الصرفة كما حددها تشومسكي."[195]فالتّداولية بالنسبة إليه تهتم بدراسة كيف يستخدم الناس اللغة في أحاديثهم,أي دراسة استعمال اللّغة في الواقع

(192) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص 16..

(193) ذهبية حمو الحاج. قوانين الخطاب في التواصل الخطابي. مجلة الخطاب. ص 119.

(194) جمال حضري. النص و المقاربة التداولية من البنية إلى السياق. مجلة معارف. ع 1. ماي 2006. المركز الجامعي. البويرة.

(195) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ترجمة محمد يحياتن. د ط. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1992. ص 1.

و كيفية تأويلها,إنّها تهتم بالمرسل و المتلقي على حد سواء و التيّار التّواصلي الذي يمر بينهما.

2. نشأة التّداولية:

كثيرا ما يستدعيالحديث عن نشأة نظرية ما الحديث عن تطوّرها أيضا, و الحديث عن تطورها يستدعي البدء بالإشارة إلى نشأتها, فالنشأة و التطور هي كل تلك الإرهاصات و

الإشارات و الدراسات التي تجعل النظرية في نهاية المطاف تخرج إلى الوجود كنظرية مؤسسة لديها مرجعياتها و ميكانيزمات اشتغال خاصة بها.
و التداولية كمنهج و نظرية هي درس جديد ظهر و سط كوكبة من العلوم " فبدايتها كانت كموضوع ثانوي بين أطراف متعددة كالفلسفة و اللغويات, ثم صبت اهتمامها على مجال التخاطب اللغوي في سياقه الاجتماعي و الثقافي."(196)

1.2 في التّراث اليوناني:

لئن كانت النّظرية التّداولية قد شهدت نضجها على يد أوستين ثم تلميذه سيرل,إلا أنّها تبقى مدينة في ظهورها لعدد من الإسهامات التي شهدها الفكر الإنساني الذي هو فكر متواصل و و متكامل و متنامي, و ليس عبارة عن مراحل مبتورة و منفردة,لذا نجد أن التّداولية تضرب بجذورها في أعماق التّراث الفكري الإنساني منذ العهد الإغريقي, حيث وجدت في تربة اليونان أرضا خصبة لتنمو فيها, مع جهود فلاسفتها و على رأسهم أرسطو من خلال استعماله لمفهوم الحجاج في الخطابة و الجدل "إذ أن عناية الفلاسفة بالخطاب قديمة تمتد جذورها إلى الفلسفة اليونانية بل لقد وجدت في تربة اليونان منبتا خصبا فنشأت و أينعت و تطورت أيما تطور يمكن بيسر ملاحظته و رصد مختلف مراحله مع سقراط و أفلاطون و أرسطو و السفسطائيين, و إن كانت آثار أرسطو هي أهم تلك الأعمال و أبلغها تأثيرا فيما سيلحقها من أبحاث و دراسات بلاغية, و ما يهمنا أساسا من هذه الأعمال آراؤه المتعلقة بالحجاج, فقد قدم أرسطو مفهوما للحجاج يجعله قائما مشتركا بين الخطابة و الجدل, ذلك أن الخطابة بالمفهوم اليوناني أوالريتوريقا كما ترجمها العرب القدامى هي (فن الإقناع عن طريق الخطاب) و أن الوظيفة الاقناعية هي وظيفتها الأولى و الأساسية. "(197)

فالتداولية كما أسلفنا تمتد بجذورها في أعماق التراث الإنساني كشذرات وردت في أعمال هؤلاء المفكرين الأوائل منذ العهد الإغريقي, و إن تجلت بصورة أوضح في أعمال أرسطو الذي قدم مفهوما للحجاج هو قاسم مشترك بين الخطابة و الجدل, لأن الخطابة (الريتوريقا) بالمفهوم اليوناني تعني فن الإقناع عن طريق الخطاب.

و الإقناع هو الوظيفة الأولى والأساسية للخطابة. و يلزمه جملة من الوسائل التي تجعل الخطاب مقنعا, و هذه الوسائل هي نفسها الأدوات الحجاجية التي يراها أرسطو ضرورية في الخطابة و الجدل و إن اختلفت, فهي في الأولى الأمثال و في الثانية القياس و إن كان هناك بينهما تداخل " و من هنا نستنتج أمرا مهما,إنه الاختلاف البيّن بين مرتكزات الحجاج في الجدل و

(196) ن. ي كوليغ. الموسوعة اللغوية. د ط. ترجمة حميدي محي الدين و حميدان عبد الله. مجلد1. دار النشر العلمي و المطابع. الرياض. د ت. ص 173.
(197) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص 17.

مرتكزاته في الخطابة, فهي مرتكزات عقلية خالصة في الجدل, فلا يخاطب المحتج لقضية أو موقف أو رأي في متلقيه سوى العقل, في حين تكون مرتكزات الحجاج في الخطابة عاطفية بالأساس."(198)

و هكذا تعدد الوسائل الحجاجية و تختلف بين المجالين,حيث تخاطب في الجدل العقل الّذي مجاله الفكر, و يمكن أن تنحصر بين شخصين يحاول كل منهما إقناع الآخر بآرائه. بينما تخاطب في الخطابة العاطفة و توجه للجماهير العريضة محاولة صنع اعتقاد معين لديها أو تثبيت اعتقاد كان موجودا لديها من قبل .

و لقد تواصلت بعد ذلك البحوث في الخطابة بعد أرسطو عبر مراحل تاريخية و كانت مقترنة دوما بالحجاج, و إن نظر إليه نظرة سيئة, ذلك لأنها مرتبطة دوما بالمغالطة و الخداع و الإبهام.

و هذه النظرة الاتهامية جعلت الخطابة تبحث لها عن آليات اشتغال جديدة استنادا إلى عناصر جديدة يمكن أن نجملها في " الهدف و حقل الخطاب و طبيعتها."(199) ساهمت في بعثها و كذا تطويرها, لأن هدفها الجديد هو تأويل الخطاب الذي تحمله, فاتسع حقلها متجاوزا الأجناس الثلاثة التي حددها لها أرسطو إلى أنواع خطابية اقناعية كالإشهار, و تجاوزت مجال الخطاب المكتوب و الشفوي إلى مجال الصورة و الصوت.

و يمثل كتاب (مصنف) في الحجاج (لبرلمان و تيتيكاه) فتحا جديدا و أساسيا في عالم الخطابة,حيث مثل نظرة منطقية للحجاج, إذ استأنف فيه تحليل التفاعل بين المرسل و المتلقي و بالتحديد في الخطاب المكتوب, و كان حريصا على الظّهور بمظهر المنطقي المتمكن من آليات التفكير لا رجل بلاغة فحسب.

2.2 . في البحث البلاغي:

و على ذكر البلاغة تجدر بنا الإشارة إلى أن للتّداولية جذورا في البلاغة العربية القديمة " على منظور المخاطب باعتباره مناط تحقيق النجاعة للخطاب, و تولدت عن ذلك جملة من الشروط المطلوب توفرها في الباث كمبلّغ و في الخطاب كبلاغ لهو المنبت النّفعي للبلاغة يبرر

(198) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص18.

(199) المرجع نفسه. ص 21

هذا التركيز."[200] هذا البعد الذي أحيته البلاغة الجديدة وأعطته مداه النّظري و التّطبيقي و التّحليلي, و قد انطلقت في ذلك من نمذجة الخطاب بما يستجيب لمصادر المرسل بإحياءالدّورة التّواصلية,لأن الخطاب من وجهة النّظر اللّغوية نوعان, خطاب مباشر و خطاب غير مباشر. كما أن منهج الجرجاني في نظرية النظم هو منهج حجاجي حيث يسوق الحجة و الدّليل لتبيان مكان الإعجاز أهو في اللفظ أو في المعنى؟ ومنه توصل في النّهاية إلى تلك التّوليفة الّتي تقول بأن الإعجاز يكمن في اللّفظ و المعنى معا.

3.2 الجذور العربية للتّداولية:

إذا كانت التّداولية منهج حديث في دراسة اللّغة في علاقتها بمستعمليهاو السّياق الذي أنتجت فيه, و كان هناك من يرجع إرهاصاتها الأولى إلى علم 1916, عندما أقر سوسير بالفصل بين اللغة و الكلام , حيث اهتم بالجانب المعنوي أكثر من اهتمامه بالجانب المحسوس . لأنه كان يرى أن اللغة " ليست موجودة بشكل تام عند أي متكلم , إنها موجودة و بكاملها في الجماعة التي تتكلم بها, فكل فرد من أفراد الجماعة اللغوية يحاول أن يأتي كلامه وفقا لها و لكنه لا يمكن أن يحققها تحقيقا كاملا, و من ثم يتفاوت هؤلاء الأفراد في مراعاة قواعدها."[201]

لكن هناك من يعيد التّداولية إلى جذور عربية , حيث يرى بأّنه " من قبيل عدم التنكر للذات نشير إلى أن جل مبادئ التداولية الحديثة حاضرة في تراثنا العربي و لو بمصطلحات مغايرة أحيانا أو غير منضبطة في أحيان أخرى, و ذلك من بداية طلائع الدرس اللغوي مع سيبويه وصولا إلى النقاد و البلاغيين المتأخرين."[202] فمبدأ القصدية الذي تنادي بهالتّداولية نجد له أثرا في الكتاب عند سيبويه في معرض حديثه عن الأفعال التي تتعدى إلى مفعولين حيث " يكشف أن التأليف النحوي, أو ما كنا رأيناه عند الغربيين يقع تحت تسمية تداولية الدرجة الأولى أو مستوى التعبير يخضع في المقام الأول لمراد المتكلم."[203] مثل الفعل (ظننت) الذي يحتاج دوما إلى مفعولين ليتم المعنى, و هذين المفعولين قد يكونان صريحين في مثل : ظننت الولد جائعا. أو يكون هذين المفعولين "غير صريحين يتقمصان الجملة المصدرية نحو ***{قال الّذين يظنون أنهم ملاقوا الله كم من فئة قليلة غلبت فئة كثيرة بإذن الله}*** البقرة 249."[204] و ذلك متى كان " قصد المتكلم و

---

(200) جمال حضري. النص و المقاربة التداولية من البنية إلى السياق. مجلة معارف. ص 300.

(201) ذهبية حمو الحاج. قوانين الخطاب في التواصل الخطابي. مجلة الخطاب. ص 78.

(202) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 32/31.

(203) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 32 .

(204) المرجع نفسه. ص 32.

مراده أن يبيّن ما وقر عنده من حال المفعول الأول يقينا كان أو شكا فذكر الأول كما في المعمولين الصريحين, ليضيف إليه ما استقر عنده من هو."(205) كما أننا نجد في أعمال النّقاد البلاغيين بعض الإشارات التّداولية مثل ما نجده في كتاب البيان و التّبيين للجاحظ في معرض حديثه عن آلة البلاغة , حينماجعل من شروط التّواصل النّاجح مراعاة المتكلم لمخاطبه , حيث " لا يكلم سيد الأمة بكلام العامة, و لا الملوك بكلام السوقة, و يكون قوامه فضل للتصرف في كل طبقة."(206)

و في نفس السّياق أورد الجاحظ كلام بشر بن المعتمر الذي يقول فيه " ينبغي للمتكلم أن يعرف أقدار المعاني و يوازن بينها و بين أقدار المستمعين و بين أقدار الحالات, فيجعل لكل طبقة من ذلك كلاما, و لكل حالة من ذلك مقاما, حتى يقسم أقدار الكلام على أقدار المعاني و يقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات, و أقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات." و في نفس السياق أورد الجاحظ كلام بشر بن المعتمر الذي يقول فيه " ينبغي للمتكلم أن يعرف أقدار المعاني و يوازن بينها و بين أقدار المستمعين و بين أقدار الحالات فيجعل لكل طبقة من ذلك كلاما , و لكل حالة من ذلك مقاما , حتى يقسم أقدار الكلام على أقدار المعاني , و يقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات , و أقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات."(207) فلا جدوى من انتقاء المتكلم لألفاظه وفق مراده هو من الكلام فقط بل لابد له من الأخذ بعين الاعتبار من يوجّه له هذا الكلام (المخاطب), و مراعاة مدى مقدرة هذا الأخير على الفهم و مخالطته لأضرب الكلام و فنون القولفلا يراعى السّامع في مستوى التّرتيب اللّغوي للجمل فقط " بل حتى في اختيار الأصوات المفردة, إذ لابد أن ينتقي المتكلم من اللغة ذخيرة التواصل, ما كان من الألفاظ سهلا معتادا, غير حوشي, و لا معقد التأليف."(208)

و يمكن أن نعد مذهب إليه الجرجاني في نظرية النّظم حين قام بإلحاق المعاني بالألفاظ و ربطهما بمقاصد المستعملينمن التّداولية حينما تحدث عن ذكر المفعول و حذفه إذ نجده يقول " فاعلم أن أغراض الناس تختلف في ذكر الأفعال المتعدية , فهم يذكرونها تارة , و مرادهم أن

(205) أبو بشر بن عمرو بن عثمان بن قنبر (سيبويه). الكتاب. ط 3.تحقيق عبد السلام هارون. مكتبة الخانجي. القاهرة. 1988. ص 48.

(206) ابو عمرو بن عثمان بن بحر بن محبوب (الجاحظ). البيان و التبيين. المجلد الأول. تقديم و تبويب و شرح علي أبو ملحم. دار و مكتبة الهلال للطباعة و النشر. لبنان. 2002. ص 91.

(207) المصدر نفسه. ص 129/128.

(208) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 34.

يقتصروا على إثبات المعاني التي اشتقت منها للفاعلين, من غير أن يعرضوا لذكر المفعولين."[209] حيث يربط القصدية بغرض المتكلم الذيله الدّور الكبير في عملية التّركيب فهو يقدم و يؤخر, و يحذف و يذكر, و يفصل و يوصل وفق ما يرى . و لكن هذا لا يعني إهمال الطّرف الثّاني و هو المخاطب أو المستمع, فهو أيضا يعد طرفا فاعلافي العملية التّواصلية " لأننا إذ نتكلم لا ننظر إلى الآخرين باعتبارهم طرفا مستهلكا سلبيا , بل طرفا فاعلا , كما أننا إذ نفعل ذلك فإنما نتكلم عبرهم و من خلالهم بغض النظر على الكلام بوصفه عملية إصدار أصوات, بل باعتباره إنتاجا للدلالة."[210] فأحياناليصبح السّامع هو معيار الكلامحيث أنّ ردة فعله هي من تحدد درجة الكلام, فإذا " كان الكلام قد جمع العذوبة و ورد على الفهم الثاقب قبله و لم يرده و على السمع المصيب استوعبه و لم يمجه, و النفس تقبل اللطف, و تنبو عن الغليظ و تقلق من الجافي البشع."[211] . فمتى اجتمع اللفظ البليغو المعنى الشّريف فيالنّظم كانله التّأثير المراد منه على من يتلقاه.

3 تطور التّداولية:

1.3 . أعمال شارل بيرس Peirce:

من خلال اعتبار بييرس أن العالم لا يمكن إدراكه بواسطة الأدلة التي يعود إليها الفضل في التّفاعل الحاصل بين الذّوات و النّشاط السّيميائي, فقد كانت له " اليد الطولى في المنعطف الحاسم الذي حصل صوب اللسانيات التداولية, إن العالم بالنسبة إليه يتم إدراكه بواسطة التفاعل ما بين

(209) الجرجاني. دلائل الإعجاز. ص 119.

(210) سعودي أبو زيد نواري.في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 33.

(211) أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكري. كتاب الصناعتين الكتابة و الشعر. د ط. تحقيق طاهر الجبلاوي. الهيئة العامة المصرية للكتاب. د ت. ص 161 .

الذوات و النشاط السيميائي, أي أن هذا يحصل بواسطة الأدلة."[212] و يتمثل النشاط السيميائي عند بيرس في الرموز التي تقوم بتمثيل الواقع الذي يحث الأفراد على التحرك و السعي, و هذا من خلال صيغة لسانية تداولية أساسية " لكي نبلور دلالة فكرة ما يجب علينا بكل بساطة تحديد العادات التي تولّد هذه الأدلة, ذلك أن دلالة شيء ما إنما تتمثل ببساطة في العادات التي تتولد عنها, إن السمة المميزة للعادة إنما تكمن في الكيفية التي تحملنا على العمل لا في الظروف المحتملة فحسب, بل كذلك في الظروف الممكنة للحصول, بل حتى في تلك التي يتعذر تصورها."[213] فبيرس يشترط لفهم دلالة فكرة ما أن نفهم أولا منظومة العادات التي تحتكم إليها هذه الأدلة في تولدها, لأن دلالة أي شيء مرتبطة بشكل مباشر بالعادات التي تتولد عنها.

و تمثل فلسفة بيرس التداولية من خلال شبكة تجمع بين العلم و الحياة في علاقة متينة حيث يغدو فيها العلم شكلا من أشكال الحياة, هذه الأخيرة التي لا يمكن إدراكها إلا من خلال الأدلة. و العلوم عنده تلتقي بعالم العلامات أو مملكةالعلامات حسب رو لان بارت.

و العلامة عند بيرس ثلاثية الأبعاد مصورة (علامة) و مفسرة و موضوع (ركيزة) و "الدليل الذي يتوفر في نظره على علاقة ثلاثية تحقق بواسطة سيرورة متجانسة تدعى Sémoisis"[214] و لفهم العلاقة التي تربط بين هذه العناصر الثلاثة لابد من العودة إلى هذه العلامة التي يسميها دلاش بالدليل. و " الدليل أو الوحدة الممثلة هو شيء موجود هاهنا من أجل شخص ما لغرض ما و ذلك على نحو من الأنحاء. و الدليل هذا يتوجه إلى شخص ما أي أنه يحدث في فكر هذا الشخص دليلا مساويا, أو قد يحدث فيه دليلا آخر أكثر تطورا, و هذا الدليل المحدث أسميه مؤول الدليل الأول, و الدليل هنا موجود من أجل شيء ما: هو موضوعه و هو موجود هنا من أجل هذا الموضوع لا من حيث كل علاقاته بل من حيث إحالته على نوع من الفكرة التي أسميها أحيانا قاعدة الوحدة الممثلة."[215] فالدليل ذو علاقة ثلاثية الأبعاد حيث أنه وجد من أجل موضوع خاص و يؤول فكرة ما, و يدل على الشيء الذي يقوم بتأويله, و هو على علاقة بموضوعه .إنه حامل مادي ينوب لشخص ما من وجهة نظر ما و بصفة ما, أي أنه يخلق في ذهن ذلك الشخص علامة معادلة للدليل قد تكون أكثر تطورا و تكون مفسرة للعلامة الأولى, و الموضوع الذي ينوب عليه هو موضوعها, و إن كانت لا تنوب عليه من كل الجهات, بل بالرجوع إلى نوع من التمثيل الثقافي الذي يعطيه الإنسان لهذا الموضوع.

---

(212) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 8.

(213) المرجع نفسه. ص 8.

(214) المرجع نفسه ص 8.

(215) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 8.

2.3 . إسهامات شارل موريس Morris:

واصل موريس مجهودات بيرس مع بعض من التطوير في النظرية السيميائة, و إن كان مانغونو يعد موريس الحلقة الأولى في الدرس التداولي فهو "الذي ميّز بين ثلاثة مجالات في الإحاطة بأية لغة سواء أكان صوريا أو طبيعيا:

1) علم التراكيب الذي يختص بعلاقات العلامات فيما بينها.

2) علم الدلالة الذي يعالج علاقات الأدلة بالواقع.

3) التداولية التي تهتم بالعلاقات بين الأدلة و مستعمليها و استعمالها و آثارها."(216)

حيث يؤكد على الطّابع الاستعمالي للعلامات الذي لم يخرج بوهلر عن إطاره لأنه كان يدافع " من أجل لسانيات النشاط اللغوي حيث تنصرف مهمة اللساني إلى دراسة الاستعمال البشري الخاص للدليل."(217) و لقد أدخل موريس في أبحاثهالبعد السّلوكي,من خلال التّفاعل القائم بين الجسم و المحيط.

و الدّليل عنده يحوي أربعة عناصر تتمثل في:

. النّاقل و هو العنصر الذي يقوم مقام الدّليل.

. المدلول عليه و هو العنصر الّذي يحيلالدّليل عليه.

. الأثر الذي يحصل لدى المتلقي.

. المؤول.

" و لا توجد هناك تراتبية تنتظم هذه العناصر حال كونها تساهم في السيرورة السيميائية, و هذه الأربعة عناصر لسيرورة الدليل تمكن من استشراف ثلاثة توجهات للبحث النظري الأساسي, إذ يمكننا الاجتهاد في البحث عن العلاقات القائمة بين الأدلة و الأشياء التي تحيل عليها و نحن هاهنا إز اء البعد الدلالي,شرح ما يحدث عندما يستخدم المؤوّلون الأدلة و هذا الأمر مشمولات اللسانيات التداولية."(218) فالبحث عن العلاقة القائمة بين الأدلة و ما تشير إليه في الواقع أي

(216) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 65.

(217) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 23.

(218) الجيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 11.

البحث عن دلالاتها اعتمادا على آلية التأويل يجعل هذه الدراسة تندرج ضمن حقل التداولية التي تبحث في السياق و استخراج المعنى أو القصد الكامن من خلال هذا الأخير.

و يمكن أن تعدأعمال شارل بالي من حلقات الدّرس التداولي من خلال نظريته المتصلة بلسانيات الكلام و التي تُعدّ رائدة في اللسانيات التداولية التي وجدت التطور فيما بعد لدى ديكرو و أوستين و سيرل, لكن اهتمامه بالمفاهيم الأسلوبية قاده إلى أن يكون أحد مؤسسي اللسانيات البنيوية. "(219)

3.3 . مجهودات أوستين:

تواصلت الدراسة التداولية للغة ضمن الفلسفة التحليلية لدى المناطقة (فيينا), حتى مجيء أوستين الذي رسخ مفهوم الفعل في اللغة, في مجموع محاضراته " عندما نقول نفعل"Quand dire c'est faire أو "كيف نفعل الأشياء بالكلمات" How to do things with words. و يعني مفهوم الفعل في اللغة " أن اللغة لا تستعمل فقط لتمثيل العالم, و لكن تستعمل بالمقابل في انجاز أفعال, أي الإنسان المتكلم و هو يستعمل اللغة لا ينتج كلمات دالة على معنى فقط, بل يقوم بفعل و يمارس تأثيرا."(220) و قد اقترح اوستين نظرية أفعال الكلام التي تعد موضوعا جديدا في الدراسات اللغوية الحديثة, كما أنها " من أهم المرتكزات في التحليل التداولي ... و تعرف بأنها اصغر وحدة تحقق فعلا عن طريق الكلام (بإصدار أمر, أو طلب, أو توكيد, أو وعد ... الخ) و الذي من شأنه إحداث تغيير في وضعية أو موقع المتكلمين, بحيث يتوقف فك شفرته على إدراك المتلقي على الطابع القصدي للمتكلم (بمعنى ما يقصده المتكلم)."(221) فبمجرد نطق المتكلم يتحول هذا الكلام إلى فعل,لأنّه لا توجد وسيلة أخرى لتحقيق ذلك غير الكلام مثل ما نجده في أفعال الأمر أو صيغ العقود.

و تعد أفعال الكلام من أهم المفاهيم في التّحليل التّداولي للخطاب, لأنها تمثل " الوحدة الصغرى التي بفضلها تحقق اللغة فعلا بعينه, غايته تغيير حال المخاطبين."(222) فهو مفهوم لا يفصل بين القول و العمل, فكل قول هوفعل بالضّرورة.

و يرى اوستين أن إنتاج الفعل الكلامي لابد أن يكون مقترنا بثلاثة أفعال متزامنة هي:

---

(219) الطيب دبة. مبادئ اللسانيات البنوية, دراسة تحليلية ابستمولوجية. د ط. د ب. د ت. ص 96.
(220) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 27.
(221) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص12/11.

1.3.3 . فعل القول Acte locutoire: و يختص " بإنتاج أصوات أو كلمات تنتظم في تراكيب خاصة , تحيلنا على دلالة معينة "[223] و هذا يعني " أننا ننتج متوالية من الأصوات لها تنظيم تركيبي و تحيل على شيء بعينه."[224] و يتجلى فعل القول في ثلاثة مستويات هي الصوتية و التركيبية و الدلالية.

2.3.3 . الفعل الإنشائي Acte illocutoire: و يعني أننا " ننجز من خلال كلامنا نفسه فعلا يغير العلاقات القائمة بين المتفاعلين, التصريح بشيء, الوعد بشيء."[225] فهدف هذا النوع من الأفعال هو إحداث تغيير في العلاقات القائمة بين المتفاعلين في الخطاب.

3.3.3. الفعل التّأثيري Acte perlocutoire :و يتعلق هذا النوع بالآثار المترتبة عن النوعين السابقين, حيث " يمكننا انجاز فعل إنشائي لتحقيق أفعال متنوعة: فالسؤال مثلا قد تكون الغاية منه استمالة المتلفظ المشارك, أو الإبانة عن تواضعنا أو إزعاج طرف ثالث الخ."[226]

و قد اقترح اوستين أيضا نمطين للأفعال, و هي الأفعال الوصفية Actes constatifs و الأفعال الانجازية Actes performatifs و يتميز هذا النمط من الأفعال " باقتران الانجاز بالتلفظ."[227] و الفعل الانجازي هو الفعل المقترن دوما بانجاز عمل, حيث أنه هناك ألفاظا عندما نتلفظ بها ننجز أفعالا مثل صيغ العقود "فإننا نقوم بعمل هو دلالة اللفظ على انعقاد الفعل أو المضمون Acte بالقول."[228] فالعبارات الانجازية هي العبارات التي " لا يحكمها مقياس الصدق أو الكذب, و يتزامن النطق بها مع تحقق مدلولها."[229] فالقول و الفعل متزامنان أي أنهما يحدثان في نفس الوقت.

---

(222) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 7.

(223) John Austin . quand dire c'est faire. traduit par Gilles Lane. Seuil. Paris. 1970. p109.

(224) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 8.

(225) المرجع نفسه. ص 8.

(226) المرجع نفسه. ص 8.

(227) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 28.

(228) المرجع نفسه. ص 28.

(229) خليفة بوجادي. في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم. ص95.

و قد قام أوستين بتقسيم الأفعال الإنجازية إلى خمسة لأقسام هي:

". الحكمية Verictifs.

للتّ مرسية Exercitifs: مثل أمر,عيّ ن,نبّ ه.

. التّ كليف Commissifs: مثل أقسم , أتمنى.

. العرضية Expositifs: مثل أنكر,أكّ د.

. السّ لوكيات Comportementaux: مثل شكر,هنّ أ, انتقد."[230]

أما من حيث الصيغة (Mode) فقد قسمها إلى مباشرة و غير مباشرة.

. أفعال الكلام المباشرة: و تعني تلك الأفعال التي يكون مضمونها هو الظاهر على اللغة مثل قول المتكلم: (اخرج من هذا المكان). حيث يتضمن هذا الفعل أمرا جرى التعبير عنه بصيغة الأفعال اللّ غوية. و لكن مع ذلك لابد من مراعاة شروط تحقق فعل الكلام التي حددها أوستين في:

. سلطة المتكلم مقابل سلطة المتلقي.

. الإطار الزماني و المكاني.

. أفعال الكلام غير المباشرة:

و هي الأفعال التي تتضمن مقاصد مخالفة لما تحمله اللغة كان يقول المتكلم (من فضلك اخرج من هذا المكان) . و هو يقصد فعل الامر (اخرج من هذا المكان).

و يخلص أوستين إلى وجود جمل وصفية اثباتية أوتقرير ية يمكن أن تكون كاذبة أو صادقة و جمل ذوات نمط خاص لا يمكن أن يجري عليها هذا المعيار."[231] فأوستين يرفض مبدأ الصدق و الكذب الذي نادى به المناطقة من أمثال فيتغنشتاين الذي اهتم بالاستعمال اللغوي و هدف اللغة عنده هو " ممارسة تأثير فعلي للواحد في الآخر."[232] و هذا الأخير يرى أن هناك جملا تحتمل الصّ دق و الكذب مثل: قفز القط من الشرفة و جملا صادقة على الدوام مثل: المتزوج

(230) سعودي أبو زيدنو اري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. ص 28.

(231) الجيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 22.

(232) فرانسواز أرمينكو. المقاربة التداولية. ص 23.

رجل لديه زوجة. فهي جملة صادقة دائما. و هي جملة وصفية لأنها تصف الواقع و لا تعمل على تغييره.

و إلى جانب هذه الجمل التي تصف الواقع كما هو, لاحظ اوستين وجود نمط آخر من الجمل التي لا يمكن الحكم عليها أيضا بمعيار الصدق أو الكذب, " لأنها لا تصف الواقع و لا تمثله, بل تعمل على تغييره, فمثلا عندما نأمر شخصبالصمت, فنحن لا نصف واقع هذا الشخص بمقدار ما نحاول تغييره من حالة الكلام إلى حالة السكوت."(233) و الحديث عن غاية الجملة و الكلام أو مسعاهما في إطار نظرية أفعال الكلام هو حديث بالدرجة الأولى عن اللغة التي " لا تخدم فقط لا في البداية و لا بشكل خاص تمثيل العالم بل انجاز أفعال."(234) فالكلام هو أن نفعل, و لذلك يمكن أن نعد " الوحدة الدنيا للتواصل الإنساني ليست الجملة و لا أي تعبير آخر, بل استكمال انجاز بعض أنماط الأفعال."(235) و استنادا إلى هذا قام أوستين بتسمية الجمل التي تصف الواقع جملا وصفية و تقابل في العربية الجمل الخبرية.

و قد رفض أوستين مبدأ الصدق و الكذب في الحكم على الجمل, حيث نقل الحكم من الجمل إلى الأفعال التي لا تقيّم عنده بالصدق أو الكذب, بل بالإخفاق أو التوفيق." ذلك أن الحكم على الجمل الإنشائية ليس متعذرا و إن كانت لا تقبل الحكم عليها بمعيار الصدق أو الكذب بل يتم الحكم عليها بمعيار التوفيق أو الإخفاق."(236) حيث انطلق أوستين من ملاحظة أن الكثير من الجمل التي لاتصف أي شيء و لا يمكن الحكم عليها بمعيار الصدق آو الكذب لا تصف الواقع بل تعمل على تغييره "فهي لا تقول شيئا عن حالة الكون الراهنة آو السابقة إنما تغيرها أو تسعى إلى تغييرها." حيث انطلق أوستين من ملاحظة أن الكثير من الجمل التي لاتصف أي شيء و لا يمكن الحكم عليها بمعيار الصدق آو الكذب لا تصف الواقع بل تعمل على تغييره "فهي لا تقول شيئا عن حالة الكون الراهنة آو السابقة إنما تغيرها أو تسعى إلى تغييرها."(237) و انطلاقا من هذا استنتج أن من ضمن الجمل الوصفية آو الخبرية " توجد جمل من قبيل (القط فوق الحصير) أو (ينزل المطر) التي تصف الكون و يمكن الحكم عليها بالصدق أو الكذب, و توجد جمل أخرى لا تصف الكون و لا يمكن الحكم عليها بمعيار الصدق أو الكذب, فسمى أوستين الجمل من الضرب

(233) عن آن روبول و جاك موشلار. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ترجمة سيف الدين دغفوس و محمد الشيباني. ط 1. دار الطليعة للطباعة و النشر بيروت. لبنان. 2003. بتصرف.ص 29.

(234) فرانسواز ارمينكو. المقاربة التداولية. ص 9.

(235) المرجع نفسه. ص 60.

(236) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ص 31.

(237) المرجع نفسه. ص 30.

الأول وصفية و من الضرب الثاني إنشائية."[238] و أثناء تركيز أوستين على أفعال الكلام " اقترح تسمية الوظائف اللسانية الثاوية خلف هذه الأفعال القواعد الانجازية."[239] و الفرق بين الفعل ألانجازي و الفعل التّأثيري, أن " الأول ينجز الفعل ضمن القول,أما الثّاني فيتم انجازه عندما يحدث الفعل الانجازي أثرا في حال المتلقي."[240]

وخلاصة فكر اوستين في أفعال الكلام انه هدم ثنائية الصّدق و الكذب التي جاء بها سابقيه حيث يرى " أن هناك جملاوصفية تثبت حالة و تقرّ بها, و في المقابل هناك جمل يمكن أن ننجز بها أفعالا. فمثلا: عطلة سعيدة . أرجو المعذرة . شكرا لك على الهدية. هي جمل لا تحتمل الصدق أو الكذب, و لكنها جمل قد تنجح أو قد تخفق أو أنها تستجيب لمراد صاحبها."[241] فالأقوال عند أوستين نمطين : الأول ألفاظ عندما يتلفظ بها تنجز أفعالا مثل: من فضلك أخرج. و الثاني ألفاظ قد تنجز أفعالا أو قد لا تنجز, و هذا راجع لرد فعل المتلقي.

و من أجل أن تحقق هذهالأقوال نجاحا يفترض توفر بعض الشّروط التي يمكن تلخيصها في: " وجود كيفية اصطلاحية تستدعي نتيجة اصطلاحية أيضا... يتلفظ الأفراد بهذه العبارات في ظروف معينةإنّ كل الأفراد المساهمين في التفاعل ملزمون بالامتثال إلى قواعد الكيفية التي تلزم و تجبر على اعتماد هذه القواعد, و هذه الكيفية يجب تنفيذها بكيفية مخلصة و كاملة من قبل المشاركين." [242] فالشروط تتلخص في وجود منظومة لغوية اصطلاحية واحدة لدى جميع المشاركين في الخطاب من أجل تجسيد الفعل الكلامي.

و إلى جانب هذه الأفعال التي تعمل على تحقيق التواصل يضيف أوستين جملة من الآليات متمثلة في: الحكم و النغمة و سلوك المتكلم و سياق الحديث. فالكلام وحده لا يكفي لأداء الدّلالة بل لابد من عناصر أخرى مكملة و متممة من أجل حدوث الفعل الكلامي أو التواصل بصفة عامة.

و خلاصة نظرة أوستين إلى اللغة في خضم النّظرية التّداولية هو أن كل قول هو عمل و كل قول لا يمكن عزله عن السّياق,بحيث لا يمكن استشراف معناه إلاّ من خلال تناوله ضمن سياقه العام.و الفعل اللّغوي عنده يتشكل من ثلاثة صور الصّوتي (الملفوظ)و التّبليغي (يحمل

(238) المرجع نفسه. ص 30.

(239) مسعود صحراوي.التداولية عند العلماء العرب. ط 1. دار الطليعة بيروت. لبنان. 2005. ص 56.

(240) ينظر خليفة بوجادي. في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم. ص 97.

(241) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 22.

(242) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 23.

رسالة خاضعة لقواعد المنظومة اللّغوية التي ينتمي إليها), و الخطابي (لّذي يشحن هذه الملفوظات بدلالاتها الخاصة).

كما لم يغفل أوستين دور الفعل التأثيري, و يقصد به الأثر الذي يتركه خطاب المتكلم في المتلقي, و قد يكون هذا الأثر ماديا كحثه على الإتيان بفعل معين, أو أثر معنوي, بحيث يكون هناك تغيير في الأفكار أو المشاعر.

4.3 . أعمال جون سيرل:

واصل سيرل المسيرة بعد أستاذه (أوستين)في حقل الدرّاسة التّداولية للخطاب, و ذلك من خلال اقتراحه لبعض التّعديلات,و تطوير نظرية الأفعال اللّغوية بحيث قسمها إلى أفعال مباشرة (القول هو العمل), و أفعال غير مباشرة (كاستعمال الاستعارات و المجازات). ليصل من هذين النّمطين إلى خلاصة مفادها أنه " بعد تحليل مفصل لكل من المعنى الحقيقي و الاستعارة و السخرية و الفعل غير المباشر, اقترح شرحا لكيفية اشتغال اللاّمباشر و هكذا خلص إلى أن القول الحقيقي ينتصب وجوده متى كان هناك تطابق بين معنى الجملة و المعنى الذي يقصده المتكلم و ما يفهمه المستمع, أما الاستعارة فهي عكس ذلك أن تجبر المستمع على الانتقال من المعنى الحقيقي إلى المعنى الذي يسنده المتكلم إلى قوله."(243) فالمعنى الحقيقي للقول متى وجد هناك تطابق بين قصدية المتكلم و القول, و فهم المتلقي لهذه القصدية, في حين أن الاستعارة أو المجاز يلزم المتلقي بالبحث عن المعنى الضّمني في الخطاب مثل:جارتك أفعى. فهذا قول غير مباشر لأنه لا يعني أن الجارة حيوان زاحف بل المقصود هنا حقدها و آذاها.

و لكن قد يخرج القول أحيانا إلى قصدية الضّد, و هذا على سبيل التهكم. و المطّلع على أعمال سيرل يمكنه الوقوف على مدى النضج الذي وصلت إليه نظرية أفعال الكلام عنده, نظرا لكثافة المعطيات التي يقدمها و هذا "بفضل ما أوتيه من جهاز مفاهيمي ثري."(244) و يحتل سيرل الصدارة بين أتباع أوستين حيث قام بإعادة صياغة نظرية هذا الأخير (أفعال الكلام) مطورا فيها " بعدين من إبعادها الرئيسية هما: المقاصد و المواضعات."(245) اللذين كانا موجودين عند أوستين لكن سيرل عمل لى تطويرهما.

(243) المرجع نفسه. ص 29.

(244) مسعود صحراوي. التداولية عند العلماء العرب. ص 60.

(245) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ص 33.

و إذا كان وأستين قد قسم الأفعال إلى قسمين هما الفعل الانجازي و الفعل التّأثيري أو فعل التأثير بالقول, فإن هذا الأخير لم يحفل به سيرل كثيرا, بل جعل اهتمامه منصبا على الفعل الإنجازي, بل " لقد شك في وجود أعمال تأثير بالقول و لم يحفل بحق بالأعمال القولية."[(246)] و قد ميّز في الفعل الإنجازي بين جانبين هما جانب المضمون الإخباري للجملة " و هو ما يسميه واسم القوة المتضمنة في القول."[(247)] و هو ما يتصل بالعمل المتضمن في القول نفسه و جانب القوة الإنجازية للجملة " و هو ما يسميه واسم القوة القضوي." و هو ما يتصل بالعمل المتضمن في القول نفسه و جانب القوة الإنجازية للجملة " وهو ما يسميه واسم القوة القضوي."[(248)] و يتصل بمضمون العمل. و عليه فإنّ جملة مثل: أؤكد أني سأعطيك كتابا. واسم القوة المتضمنة فيها هو أؤكد, و واسم المحتوى القضوي هو سأعطيك كتابا.

كما أقدم سيرل على إعادة تقسيم أفعال الكلام حيث ميز بين أربعة أقسام منها هي: فعل التلفظ و الفعل القضوي و الفعل الإنجازي و الفعل التّأثيري. مستندا إلى ما جاء به أوستين ثم عاد بعد ذلك و اقترح خمسة أقسام و هي: الأخبار (التأكيدات) و الأوامر و الإلتزامية و التّصريحات والانجازيات.[(249)]حيث قدّم في كتابه المعنى و العبارة اقتراحا يحمل معايير صريحة خارج نطاق العلامات اللغوية من أجل وضع تصنيف للأعمال اللغوية, و تتمثل هذه المعايير في الغاية من الفعل و اتجاه المطابقة بين العلامات اللغوية و العالم الواقعي, و الحال النفسية المعبر عنها, و كثافة الاستثمار في تقديم اللاقول, و وضعية المتخاطبين, و الطريقة التي يرتبط بها القول بالمصالح الشخصية للمتخاطبين و العلاقة ببقية الخطاب, و المحتوى القضوي المحدد بوسم صريح للقوة اللاقولية و إمكانية أو عدم إمكانية انجاز العمل, و الحاجة أو عدم الحاجة إلى مؤسسة خارجة عن اللغة و وجود أو عدم وجود استعمال إنشائي للفعل اللاقولي و أسلوب انجاز العمل اللغوي.[(250)]

و يتمثل الإسهام الآخر لسيرل في مجال نظرية أفعال الكلام في تحديده للشروط التي بمقتضاها يكلل عمل متضمن في القول بالنجاح. و تتمثل هذه الشروط في القواعد التحضيرية

---

(246) المرجع نفسه.ص 33.
(246) المرجع نفسه.ص 33.
(247) المرجع نفسه. ص33
(248) المرجع نفسه. ص33.
(249) ينظر خليفة بوجادي. في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم. ص 100/99.
(250) فيليب بلانشيه.التداولية من اوستين إلى غوفمان. ط 1. ترجمة صابر الحباشة. دار الحوار للنشر و التوزيع. سوريا. 2007. ص 65/63. بتصرف.

التي لها صلة بمقام التواصل, و قاعدة المحتوى القضوي التي تعني أن القائل يعد بانجاز عمل في المستقبل, و القواعد الأولية و تتعلق بالاعتقادات التي تمثل خلفية المتكلم, و قاعدة النزاهة المتعلقة بالحالة الذهنية للمتكلم,و القاعدة الجوهرية التي تقوم بتحديد التعهد الذي قدمه المتكلم و قواعد المقصد و المواضعة و تقوم بتحديد مقاصد المتكلم و كيفية تنفيذها بفضل المواضعات اللغوية.

5.3 . إسهامات بول غرايس:

أسس لما يعرف بأحكام المحادثة التي هي آليات تتحكم في المحادثة " و لا تمثل مجرد معايير ينبغي للمخاطبين إتباعها فحسب بل تمثل ما ينتظرونه من مخاطبيهم, فهي مبادئ تأويل أكثر من كونها قواعد معيارية أو قواعد سلوك."[(251)] و قد أعاد ديكرو صياغة هذه الأحكام تحت مسمى آخر هو قوانين الخطاب, و هي مجموعة من القوانين المكملة للقواعد التركيبية و الدلالية التي تستمد وجودها من المجتمع و ما جبل الإنسان عليه من قدرات استنتاجيه. و تتحكم هذه القواعد في لعبة التبادل الكلامي بين المتخاطبين بتحديدها لأدوارهم و إبرازها للبعد التبادلي الحواري للخطاب.

و الهدف من وضع هذه القواعد هو تمكين المتكلم (المرسل) من صياغة أقواله التي قد تحول بعض الحالات بينه و بين التصريح بها, أو رغبته في صياغتها على نمط يكون أكثر إبلاغا و أقوى إقناعا, ليدرك المستمع (المتلقي) رغبة المتكلم دون الإفصاح بالكلام المباشر. " لكن نظرية غرايس تتجاوز هذا الحد فهي تتضمن توظيف قواعد المحادثة و يجري هذا التوظيف عندما ينتهك قائل ما بصورة جلية هذه القاعدة أو تلك. و على مخاطبه في هذه الحالة القيام بفرضيات تمكن من تفسير انتهاك القواعد."[(252)] فمثلا إذا سأل زيد عمرو: أين الأستاذ ؟ و أجاب عمرو: في مكان ما من الجامعة. فهذه الإجابة تنتهك قاعدة الكم التي تفرض تقديم معلومات بالقدر الكافي و هنا يمكن أن نستنتج أن عمر لا يعرف بالتّحديد مكان تواجد الأستاذ.

و تتضمن قوانين الخطاب منطلقات عديدة لعل أهمها:

1.5.3 . مبدأ المشاركة: و يعد عند غرايس العمود الفقري لنشاط الكلام, يضمن عدم الانقطاع, و التناوب بين المرسل و المتلقي أثناء الحديث.

(251) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ص 57.

(252) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ص 57.

2.5.3 . قانون الإفادة: لا يقل أهمية عن الأول لأن الكلام كله يتوقف على مدى استفادة المتلقي من كلام المتكلم.

3.5.3 قانون الصدّق: يتمثل في ضرورة قول الحقيقة كما هي في الواقع, أو كما يتصورها المتكلم انطلاقا من إدراكه للواقع.

4.5.3 . قانون الإخبار: و هو الشرط الذي يخضع له المتكلم الذي يهدف إلى إخبار السامع بشيء ما, و لا يمكن أن يتم الإخبار إلاّ إذا كان المستمع يجهل ما يشار إليه.

5.5.3. قانون الشّمول: و هو مرتبط بقانون الإخبار, و يحدده ديكرو بأن " المتكلم يجب أن يعطي المعلومات اللازمة التي بحوزته عن موضوع الخطاب و التي من شأنها أن تنفع المخاطب."[(253)] كما قام غرايس بدراسة المفاهيم التي يمكن أن نجملها فيما يلي:

. حكم المحادثة: و قد ورد هذا المصطلح في مقاله المعنون بالمنطق و المحادثة و الذي ترجم إلى الفرنسية في مجلة تواصل Communications." و تتمثل الفكرة الأساسية في أن المتخاطبين عندما يتحاورون إنما يقبلون و يتبعون عددا معينا من القواعد الضمنية اللازمة لاشتغال التواصل."[(254)] و حكم المحادثة يقابل مفهوم الاصطلاح عند اوستين, و هو مفهوم اعم يمكن أن يشتغل بمعزل عن أفعال الكلام, و يؤسس لمبدأ التعاون حول مقاصد المشاركين. " و هذه المقاصد ليست في الواقع صريحة بين أطراف التبادل, و الحال أنها عبارة عن عناصر خفية تعتمد في شكل اتفاقضمني من قبل المتخاطبين الذين يسهرون على مجرى التّواصل الحسن بموجب لعبة ذكية من الاستنتاجات."[(255)] فالمتخاطبون في تفاعل لغوي و يشتركون في هدف واحد يعني انعدامه أن لا يكون هناك تواصلا, لأنه لا يوجد سبب لذلك.

و يتفرع عن مبدأ التّعاون أربعة حكم أو قواعد أو معايير تتمثل في:

*** حكمة الكم:** " نقول ما هو ضروري بالضبط و لا نزيد أكثر من الضروري."[(256)]

---

(253) عمر بلخير. تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية. ط 1. منشورات الاختلاف. الجزائر. 2003. ص110 .

(254) فيليب بلانشيه. التداولية من اوستين إلى غوفمان. ص 84.

(255) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 33.

(256) المرجع نفسه. ص 84.

* **حكمة الكيف:** " تقول ما ينبغي على أحسن وجه, أي تتوخى أساس النزاهة و على أساس المعلومات الكافية."[257] و تساهم هذه الحكمة في الكلام بقدر ما يمكنا تقديم دليل على ما نقوله.

* **حكمة العلاقة أو الإفادة:** " نقول أشياء مفيدة للتفاعل, أشياء لها علاقة بالمحادثة."[258] فلابد من التكلم بوضوح مع تقديم الحجج.

* **الجهة:** " نتكلم بوضوح, بالنبرة الملائمة."[259]

. **الافتراض المسبق:** " يفترض المتخاطبون الاحترام المتبادل بينهم لهذه القواعد بما يسمح للمستقبل بأن ينشئ دلالة, و هذه هي حالة الأعمال اللغوية غير المباشرة."[260] حيث ينطلق المتخاطبون أثناء عملية التخاطب من افتراضات معروفة غير مصرح بها لكنها تساهم في نجاح العملية التبليغية, و تكون محتواة في الملفوظ بالنفي أو الإثبات. مثل خرج الولد من القاعة فالافتراض المسبق أنه كان موجودا داخل القاعة.

. **مبدأ التّفاعل:** و هو التفاعل الحاصل بين المتكلم و المخاطب, و يخضع لمعايير العلاقات الاجتماعية المبنية على الاعتراف المتبادل بين الأفراد " فليس المتلفظون الشركاء آلات لا روح فيها تسعى لبث ملفوظات محايدة و ممثلة للواقع, إنهم على العكس من ذلك كائنات بشرية اجتماعية ... يتعاونون و يقف بعضهم حيال بعض في الوقت ذاته."[261]

. **البنية الحوارية:** يهتم كل بحث في حقل التداولية بعنصرين هما الحوار الذي يشكل بنية كبرى, و الفعل اللغوي الذي يشكل بنية صغرى, و قد قام فرنسيس جاك بتطوير هذا المبدأ حيث يرى بأن " شكل الخطاب الذي يفوق الجملة إنما يتحدد كل فيه في بنية دلالية حقيقية بتسوية المعنى و القيمة المرجعية في تسلسلها بواسطة القواعد التداولية التي تكفل خاصية التوليد."[262]

. **المقام:** هناك من الباحثين من لا يفرق بين السّياق و المقام, حيث يستعملان دونما تفريق غير أن مانغونو يستعمل مصطلح المقام كمفهوم يجمع بين السياق و سياق الحال.

(257) المرجع نفسه. ص 85.
(258) المرجع نفسه. ص 85.
(259) المرجع نفسه. ص 85.
(260) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ص 85.
(261) المرجع نفسه. ص 86.
(262) جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. ص 38.

بينما نجد عند الجاحظ أن المقام يتحدد في مراعاة مقتضى الحال و هو "مجموعة من العوامل التي يلزم الفرد بالاهتمام بها حتى يوفق في انجاز فعله اللّغوي."(263) ظروف تحيط بالمرسل عليه أخذها بعين الاعتبار أثناء تنشئته لرسالته الخطابية.

(263) المرجع نفسه. ص 40.

الفصل الثّاني

الفصل الثّاني

استراتيجيات الخطاب الإعلانيالتّلفزيوني لدى شركات الهاتف النّقال

أولا: الإستراتيجيةالسّياقية:

1مفهوم السّياق.

2بين المقام و السّياق.

3 . المقام في البلاغة العربية.

4 . المقام عند المعاصرين.

5 . عناصر المقام.

6 . أنواع المقام.

ثانيا: الإستراتيجية الحجاجية:

1 . بين الحجاج و الاستدلال.

2 . مفهوم الحجاج.

3 . أنواع الحجاج.

4 . الحجاج عند ديكرو و انسكمبر.

5 . الحجاج عند بيرلمان و تيتيكاه.

ثالثا:الإستراتيجية اللّغوية:

1 .ماهية اللّغة.

2 .الواقع اللّغوي في الجزائر.

3 .التّهجين اللّغوي.

4. مكانة اللّغات في الجزائر.

أولا: الإستراتيجية السّياقية:

1 مفهوم السّياق و المقام:

1.1السّياق في اللّغة:

1.1.1 . في المعاجم القديمة:

يقول ابن منظور في لسان العرب مادة سوق: "السّوق معروف و ساق الإبل و غيرها يسوقها سوقا و سياقا, و هو سائق و سواق ... و قوله تعالى { و جاءت كل نفس معها سائق و شهيد} ق 31. قيل في التفسير سائق يسوقها إلى محشرها. و شهيد يشهد عليها بعملها ... و ساقها و استقاها فانساقت. و انشد ثعلب:

لولا قريش هلكت معد *** و استاق مال الأضعف الأشد.

و سوقها كساقها . قال امرؤ القيس : لنا غنم نسوقها غزار *** كأن قرون جلتها العصي

و في الحديث: لا تقوم الساعة حتى يخرج رجل من قحطان يسوق الناس بعصاه. و في الحديث: و سواق يسوق بهن أي حاد يحدو الإبل فهو يسوقهن بحدائه و قد انساقت و تساوقت الإبل إذا تتابعت, و كذلك تقاودت. فهي متقاودة و متساوقة. و في حديث أم معبد: فجاء زوجها يسوق أعنزا ما تساوق أي ما تتابع, و المساوقة المتابعة كأن بعضها يسوق بعضا.

و ساق إليها الصداق و المهر سياقا و أساقه و إن دراهم أو دنانير, لأن أصل الصداق عند العرب الإبل و هي التي تساق فاستعمل ذلك في الدرهم و الدينار... و أساقه إبلا أعطاه إياها يسوقها, و ساق فلان من امرأته أي أعطاها مهرها, و السياق المهر..و السّيقة ما اختلس من الشيء فساقه, و منه قولهم: إنما ابن آدم سيقة يسوقه الله من حيث شاءو قيل السّيقة التي تساق سوقا... يقال ولدت فلانة ثلاثة بنين على ساق واحدة, أي بعضهم على أثر بعض ليس بينهم جارية, و ولد لفلان ثلاثة أولاد ساقا على ساق أي واحد في أثر واحد و بنى القوم بيوتهم على ساق واحدة أي متابعة ... رأيت فلانا بالسوق أي بالموت يساق سوقا و أن نفسه لتساق, و في الحديث: دخل سعيد على عثمان و هو في السوق أي في النزع كأن روحه تساق لتخرج من بدنه ... إذا جاءت سويقة أي تجارة و هي تصغير السوق سميت بها لأن التجارة تجلب إليها و تساق المبيعات نحوها... و سوق القتال و الحرب و سوقته حومته. و قيل: إن ذلك من سوق الناس إليها."(264) و كل هذه المعاني المذكورة في اللّسان تدل على التّابع و السّير و الانتظام في صف واحد, و هذا معنى حسي, و لكنها تستخدم أيضا استخداما مجازيا في مثل قولنا سياق الكلمات و المقصود هنا هو تتابعها و انتظامها في الجملة.

و غير بعيد عن هذه المعاني التي وردت لكلمة السّياق في اللّسان نجدها في المعاجم العربية القديمة الأخرى, مثل ما ورد في القاموس المحيط للفيروز آبادي: " ... و ولدت ثلاثة بنين على

---

(264) ابن منظور. لسان العرب. مادة سوق. ص 324.

ساق متتابعة لا جارية بينهم, و ساق الماشية سوقا و سياقة و سياقا و استاقها فهو سائق و سواق. و ساق المريض سوقا و سياقا شرع في نزع الروح. و ساق إلى المرأة مهرها أرسله كأساقه و السياق ككتاب المهر... و السيقة ككيس ما استاقه العدو من الدواب. و سوق الحرب حومة القتال... و استاقه إبلا جعله يسوقها و تساوقت الإبل تابعت و تقاودت و الغنم تزاحمت في السير."[265]

و قد ورد عند الزّمخشري في أساس البلاغة: " ساق الغنم فانساقت, و قدم عليك بنو فلان فأفقدتهم خيلا و أسقتهم إبلا... و من المجاز ساق الله إليك خيرا و ساق إليك المهر, و ساقت الريح السحاب و تساوقت الإبل تتابعت ... و هو يسوق الحديث أحسن سياق, و إليك يساق الحديث و هذا الكلام مساقه كذا, أو جئتك بالحديث على سوقه: على سرده."[266] و عليه فإنّ سياق الكلام أو الحديث هو سرده و توجيهه و هذا تعبير مجازي.

و نجد في جمهرة اللّغة لابن دريد في مادة "سقو": " السوق مصدر سقت البعير و غيره أسوقه سوقا و السوق غلظ الساقين و رجل أسوق و امرأة سوقاء, و السوق معروفة تؤنث و تذكر و أصل اشتقاقها من سوق الناس إليها بضائعهم, و سويقة موضع معروف لا تدخلها الألف و اللام, و جو سويقة موضع أيضا. قال الشاعر الفرزدق

ألم تراني يوم جو سويقة *** بكت فنادتني هنيدة ما ليا

و السوق معروف. و قد قيل بالصاد أيضا لغة لبني تميم."[267]

كما نجد عند الأزهري في مادة "ساق" : " قال الليث: السوق معروف يقول سقناهم سوقا و تقول هو يسوق نفسه و يفيظ نفسه و قد فاظت نفسه و أفاظه الله نفسه... و يقال فلان في السياق أي في النزع . و قال الليث: السوق موضع البياعات و سوق الحرب: حومة القتال. و الاساقة: سير الركاب للسروج. و قال ابن شميل: رأيت فلانا في السوق أي في الموت يساق سوقا و إن نفسه لتساق, و ساق فلان من امرأته أي أعطاها مهرها و ساق مهرها سياقا و السياق المهر. و قال الليث: السوقة من الناس و الجمع السوق: أوساطهم. وقال غيره: السوقة بمنزلة الرعية التي يسوقها الملك, سموا سوقة لأن الملوك يسوقونهم فينساقون لهم, و يقال للواحد سوقة و

(265) محمد بن يعقوب الفيروز آبادي. القاموس المحيط. ص 276.

(266) أبي القاسم جار الله محمود بن عمر بن أحمد الزمخشري. أساس البلاغة. ص 245.

(267) ابن دريد. جمهرة اللغة. ضمن خليل عبد النعيم. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين. ص 24.

للجماعات سوقة و يجمع السوقة: سوقا... و قال الأصمعي: السيق من السحاب ما طردته الريح كان فيه ماء أو لم يكن, و يقال لما سيق من النهب فطرد سيقة و أنشد:

و هل كنت إلا مثل سيقة العدى *** أن استقدمت نحر و إن جبأت عقر؟

و تساوقت الإبل تساوقا, إذا تتابعت, و كذلك تقاودت فهي متقاودة و متساوقة, و السويق معروف... و قال ابن السكيت: يقال ولدت فلانة ثلاثة بنين على ساق واحدة, أي بعضهم على أثر بعض ليس فيهم جارية و قوله: { إلى ربك يومئذ المساق} أي السوق."(268)

2.1.1 . في المعاجم الحديثة:

غير بعيد عن المعنى اللّغوي أو المعجمي الذي تحمله كلمة السّياق في المعاجم القديمة نجده تقريبا في المعاجم الحديثة.

إذ نجد مثلا في المعجم الوسيط في مادة (ساق): "و يقال ساق الله إليك خيرا و نحوه, بعثه إليك و أرسله, وساق الحديث سرده و سلسله, و إليك يساق الحديث يوجه, و ساق المهر إلى المرأة: أرسله إليها ... و أساق فلان ماشية جعله يسوقها... و ساوقه تابعه و سايره و جاراه... و انساق: تبع غيره, و انساق: انقاد, و تساوقت الماشية و نحوها: تابعت و تزاحمت في السير و تساوق الشيئان: تسايرا و تقاربا... و يقال بنى القوم بيوتهم على ساق واحدة: على صف واحد, و ولدت المرأة ثلاثة ذكور على ساق واحدة و ساقا على ساق: بعضهم في أثر بعض ليس بينهم أنثى و السويق طعام يتخذ من مدقوق الحنطة و الشعير سمي بذلك لانسياقه في الحلق, و سياق الكلام: سرده و أسلوبه الذي يجري عليه."(269)

و نجد في منجد الطّلاب في مادة ساق : " ساق يسوق سوقا و سياقا و سياقة و مساقا و استاق استياقا الماشية: حثها على السير من خلف (عكس قادها) فهو سائق ج ساقة و سواق و سائقون و هي متسوقة. ساق الحديث سرده... ساق إليه المال: أرسله. قدمه بين يديه. ساق

(268) أبو منصور محمد بن أحمد الأزهري. تهذيب اللغة ج 3. ط 1. تحقيق محمد عوض مرعب. دار إحياء التراث العربي. بيروت. 2001. ص 311.
(269) المعجم الوسيط. مادة ساق. ص 261.

(269) المعجم الوسيط. مادة ساق. ص 261.

المريض نفسه عند الموت و سيق على المجهول: شرع في نزع الروح... ساق الماشية حثها على السير...أساقه إساقة و استّساقه استساقة الماشية: أعطاه إياها ليسوقها. تساوقت الماشية. تتابعت. تزاحمت في السير. انساق مطاوع ساق. ساق الإبل: سارت متتابعة... الساقة الموكب. مؤخر الجيش السوق موضع مبيع البضائع و الأمتعة (يؤنث و يذكر) ج أسواق. سوق الحرب: ساحة القتال... السوقة الرعية من الناس للواحد و الجمع و المذكرو المؤنث. السيق من السحاب: ما تسوقه الريح.السيقة ما استاقه العدو من الدواب ج سيائق و سيّقات. السويق الناعم من دقيق الحنطة و الشعير ج أسوقة. الخمر. السياق مص. مهر المرأة. "سياق الكلام": أسلوبه و مجراه... المسواق عند التجار المشترى شيئا فشيئا. المنساق التابع. القريب. الجبل الطويل المنحدر."(270)

أما في دائرة معارف القرن العشرين فإننا نجد: " ساق الحصان يسوقه سوقا و سياقة: حثه على السير من خلفه, وسوّق القوم: باعوا و اشتروا, و استاق الماشية: ساقها من خلفها و سياق الكلام, أسلوبه, و جاءت هذه الكلمة في سياق الكلام أي في ضمنه, و الساق ما بين الكعب و الركبة جمعها سوق و سيقان, و الساقة: مؤخر الجيش, و السوقة الرعية للواحد و الجمع المذكر و المؤنث, و السوقي واحد من السوقيين لأهل السوق, و السويق: الخمر و الناعم من دقيق الخمر و الشعير."(271)

و نجد في المعجم الفلسفي لجميل صليبا ما فحواه " السياق في الفرنسية Contexte و في الانجليزية Context سياق الكلام: أسلوبه و مجراه, تقول: وقعت هذه العبارة في سياق الكلام أي جاءت متفقة مع مجمل النص, و سياق الحوادث Processus مجراها و تسلسلها و ارتباط بعضها ببعض, فإذا جاء الحادث متفقا مع الظروف المحيطة به كان واقعا في سياقها, و إذا جاء مخالفا وجب البحث عن علة هذا الخلاف, تقول: سياق المرض و سياق الظواهر النفسية أو الاجتماعية."(272)

(270) منجد الطلاب. ص 345/346.

(271) دائرة معارف القرن العشرين. ضمن عبد النعيم خليل نظرية السياق بين القدماء و المحدثين. ص233.

(272) المعجم الفلسفي. ضمن عبد النعيم خليل. ص 26.

(273) Larousse Dictionnaire de Français. P 90.

(274) المنجد في اللغة و الأعلام. ص 622.

و مما ورد في هذه المعاجم حديثها و قديمها يمكن أن نستخلص أن جميع هذه المعاني التي وردت لكلمة السيّاق لا تخرج عن معنى التّابع و السّير و الملاءمة و الاتّفاق. غيرذاًه منها ما يؤدي هذا المعنى بشكل مباشر دون تأويل, و منها ما هو غير مباشر, أي هناك المعنى الحسي الموضوع لأصل الكلمة الذي هو التّتابع, و ما سوى ذلك فهو من قبيل المجاز الذي تلجأ إليه جميع اللّغات عندما تضيق الكلمات عن استيعاب أفكار الفرد أو المجتمع, أو ما تعلق بالعملية الإبداعية.

و في اللّغة الفرنسية فإننا نجد في معجم لاروس أن كلمة Contexte "اسم مذكر يدل على

1 . ما يرافق أو يسبق أو يلي النّص المضاء.

2 .مجموع الظّروف التي ترافق حادثة ما."[273]

1. 2. المقام في اللّغة:

ورد في المنجد في مادة قام " قام يقوم قوما و قومة و قياما و قامة انتصب. وقف. قام الماء ثبت متحيرا لا يجد منفذا. قامت به دابته: كلت فلم تسر. قام ميزان النهار: انتصف. قام الأمر اعتدل... قام الحق: ظهر و ثبت... قام بالأمر تولاه. قام على الأمر: راقبه. قام في الصلاة: شرع فيها. قوّم الشيء عدّله و قوّم درأه: أزال اعوجاجه... المقام موضع القدمين. المنزلة ج مقامات. و المقام و المقام الإقامة و موضعها و زمانها."[274] فكلمة المقام تأخذ معاني متعددة بحسب وردها في سلسلة الكلامية, و علاقاتها بما قبلها و ما بعدها من كلمات على محوري التّراكيب و الاستدلال.

2 . بين المقام Situation السّياق Contexte:

من الملاحظ أن الكثير من الباحثين يستعملون هذين المصطلحين دونما تفريق بينهما و لكن مانغونو حاول الفصل في قوله : " الكثيرون يستعملون لفظي سياق و مقام دونما تمييز غير

أن المقام يستعمل كذلك كمصطلح أكثرفهما يشمل النص و السّياق."[275] فهو يستعمل لفظ المقام كمفهوم أعم و أشمل يجمع بين النّص و سياقه.

و نظرا لكون تحليل الخطاب يقوم بإعادة وضع الملفوظات في سياقاتها الأصلية لدرجة أصبح فيها يتخذ من ربط الملفوظ بمقامه الأصلي سمة أساسية له,و لهذا يعدّ المقام من العناصر الأساسية في التّحليل التّداولي للخطاب. كما أن " اهتمام تحليل الخطاب بالسياق Contexte يعني ربط الملفوظ بعناصر خارجية مختلفة, و هي عناصر المقام, بل أنها تحاول على العكس من ذلك أن تفهم الخطاب على أنه نشاط مرتبط بهذا المقام ارتباطا لا فكاك فيه."[276] فاهتمامات تحليل الخطاب لا تكمن في ربط الملفوظ بعناصر المقام فقط بل هو نشاط مرتبط بالمقام أيضا حيث أنه هو من يحيلنا على عناصر المقام, و ليس المقام هو من يحيلنا على الخطاب.

و يشير رايص إلى وجود اختلاف بين المصطلحات حول " تسمية هذا العنصر الهام من عناصر التواصل, فسمي بالسياق الاجتماعي Contexte Sociale و بالظرفCirconstance و بالسياق المقامي Contexte Situation و سمي بسياق الحال و بالمقام Situation و بالعناصر الخارج لسانية Les éléments extralinguistiques و هذا الإطار يميزونه عن العناصر الداخلة لسانية Les éléments intralinguistiques "[277] .

و يواصل في تبسيط هذه المصطلحات التي استعملت كمترادفات للدّلالة على مفهوم واحد هو المقام أو السّياقحيث يورد أن مفهوم السّياق عند دبوا هو "مجموعة من الشروط الاجتماعية التي نراعيها في دراسة العلاقات بين السلوك الاجتماعي و السلوك اللساني, إنه تلك المعطيات التي تكون لصيقة بالمرسل و المستقبل في مقام ثقافي و سيكولوجي, إنه عبارة عن تجارب و معارف هذا و ذاك."[278]أما العناصر الخار ج لسانية فإنها "تلك العوامل التي تنتمي للمتكلم و المقام و تستعمل لإنتاج فهم الملفوظات."[279] و فيما يخص المقام فهو يرى بأننا "نطلق مصطلح المقام على مجموعة من الشروط السيكولوجية و السوسيولوجية و التاريخية (أو العوامل الخارج لسانية) التي تحدد إرسال ملفوظ أو عدة ملفوظات في وقت معلوم من الزمن و في مكان محدد.

(275) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص108.

(276) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص85.

(277) نور الدين رايص. نظرية التواصل و اللسانيات الحديثة. ط 1. مطبعة سايس. فاس. 2007. ص 318.

(278) المرجع نفسه. ص 318.

(279) المرجع نفسه. ص 318.

و في اللسانيات نتحدث كثيرا عن السّياق Contexte أو السّياق المقامي Contexte Situation."(280)

و من خلال ما ورد يتبين لنا أنه هناك تقارب بين جميع هذه المصطلحات. و إن كان امبرتو ايكو قد جاء "بمصطلح آخر يوازي فيه بين المقام هو الظّرف Circonstance, و المقام عنده هو السياق الخارج سيميوطيقي Extra sémantique الذي يحدد اختيار نظام بدل آخر."(281) بينما يمثل الظرف "المرجعRéférent الذي كان قد ألغته السيميوطيقا فإذا كانت العلامات لا تعني مباشرة الأشياء الحقيقية, فإن الظرف يتمثل كمجموعة من الحقائق التي تقودنا لاختيار هذا النظام أو ذاك و كذا لاختيار الأنظمة الفرعية Les sous-codes ."(282) و المقصود هنا بالأنظمة الفرعية الأنظمة الحركانية و التجاورية و التطريزية التي ترافق فعل الخطاب. كما يتمثل الظرف أيضا في "مجموع الشروط المادية و الاقتصادية و البيولوجية و الفيزيقية التي نتواصل داخلها."(283)

و إذا كانت البنيوية قد ألغت في دراساتها عنصر السيّاق أو المقام فإن الدّراسات اللّسانية قد أعادت له الاعتبار حين اعتبرته ركنا أساسيا في أية دراسة, حيث نجد على سبيل المثال أصحاب مدرسة بالو ألطو يؤلفون بين السيّاق و النظّرة التفّاعلية للحظة التّواصل, و المقصود عندهم بالسّياق " تلك العبارة التي نسوقها حين قولنا (هنا و الآن) الإثنوغرافية المحققة, فليس السياق ذلك المحيط و ليس بالمكان إنه مكان التفاعل في زمن التفاعل و قواعد لدلالة التفاعلات."(284) و يمكن أن نفسر هذا الكلام بالمثال التّالي: عندما نشير إلى الكتاب الموضوع في الخزانة و نقول (ناولني هذا) فهذا يعني مقاما. و لكن عندما نكتب هذا القول فالعبارة ستكون مخالفة لهذا حيث سنكتب (ناولني الكتاب الموضوع في الخزانة) فهنا نعوض المقام الغائب بالسّياق اللّساني. حيث يمكنا أن نعتبر عناصر للمقام تلك الصدّفات التّطريزية الّتي ترافق الملفوظ من تنغيم و نبر و وقف."(285) فدور المقام يتمثل في درء سوء الفهم و الغموض الذي قد يكتنف الرّسالة اللّغوية الشّفوية أو الخطاب.

---

(280) نور الدين رايص. نظرية التواصل و اللسانيات الحديثة. ص 318.

(281) المرجع نفسه. ص 318

(282) المرجع نفسه. ص 319.

(283) المرجع نفسه. ص 319.

(284) المرجع نفسه. ص 319.

(285) نو الدين رايص. نظرية التواصل و اللسانيات الحديثة. ص 320.

و نجد أن كمال بشر يضيف مصطلحات أخرى للدلالة على المقام أو السياق و هو المسرح اللغوي Linguistique Théâtre , و مجريات الحال, و يرى أن المسرح اللغوي " ليس مجرد مكان يلقى فيه الكلام, و إنما هو إطار اجتماعي ذو عناصر متكاملة آخذ بعضها بحجر بعض فهناك الموقف كله بمن فيه من متكلمين و سامعين و علاقة بعضهم ببعض و هناك كذلك ما في المواقف من الأشياء و الموضوعات المختلفة التي قد تفيد في فهم الكلام و الوقوف على خواصه و هناك كذلك الكلام نفسه."(286) فهو يرى في السّياق رابطة مكانية فحسب بل يمثل عنده وضع اجتماعي بكل ما يحويه من عناصر تعطي للكلام معناه أو دلالته.

و لكننا نجد أن ميشيل جوجوري و سوزان كارول قد قاما بالتّفرقة بين مصطلحي المقام و السّياق, حيث يقصدان بالأول " دراسة هذه السمات اللغوية التي تعد خارج اللغة, السمات اللغوية و غير اللغوية التي لها ارتباط وثيق يساعد على إبراز المعنى."(287) أما الثّاني (السّياق) فهو " يختص بدراسة الروابط الشكلية التي تميز السمات اللغوية مرتبطة بكل السمات الموجودة في النصوص اللغوية و مجردة عنها أنه يختص بدراسة السمات السياقية نفسها التي غالبا ما تتكرر و ترتبط بفهم الأحداث اللغوية."(288) فالمقام ليس مستوى لغويا في الخطاب, بل هو منهجا لوصف الأحداث اللّغوية التي تجري فيه.

و نجد أن فيرث يستعمل مصطلح سياق الموقف الّذي يرى بأنّه "مصطلح واسع لا يقتصر على السّياقات اللّغوية بل يشمل أيضا السياق الثقافي,و أقوال المتخاطبين, و غير المتخاطبين و أفعالهم, و كل الأشياء المتصلة اتصالا وثيقا بالقولة المستعملة, و تأثير الحدث اللغوي, و قد ذهب جيفري ايلز إلى أن مفهوم سياق الموقف كان من أهم إسهامات فيرث في نظريته السياقية."(289)

و الملاحظ أن فيرث يعطي أهمية بالغة للمستويات اللّغوية المختلفة كالصوّت و الصّرف و المعجم والنّحو إلاّ أنّه يرى أنّ سياق الموقف هو الّذي يلعب دورا حاسما في تحديد المعنى.

---

(286) كمال بشر ضمن/ المرجع نفسه. ص 82.

(287) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ط 1. دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر. الإسكندرية. مصر. 2007. ص 83.

(288) المرجع نفسه. ص 83.

(289) محمد محمد يونس علي. مقدمة في علمي الدلالة و التخاطب. ط 1. دار الكتاب الجديدة المتحدة. لبنان. 2004. ص 31.

3 . المقام في البلاغة العربية:

كان مفهوم المقام في القديم عنصر اتشترك فيه البلاغة و النّقد. و هو يعني في البلاغة "مطابقة الكلام لمقتضى الحال مع فصاحته."(290) و هذا يعني أن الخطاب لابد و أن يكون مناسبا لمقتضى الحال بتصويره لأبعاد المعنى الذي يجب أن يكون مناسبا للسامع و لابد له من شكل فصيح, و هذه الأبعاد تتولد أثناء السياق تبعا لدرجات الانفعال. و يتميز السياق في البلاغة بالتنوع في الخطاب الذي قد يأتي على مقتضى الحال أو خلافه. وعليه فإن السياق أو المقام قد احتل مكانة مميزة في كتب البلاغة و النقد و الأدبيات القديمة, و إن لم ينظر إليه بشكل منفرد بل جاء الحديث عنه أثناء حديثهم عن الفصاحة و الخطابة و البلاغة. و من ذلك مفهوم المناسبة الذي تحدثت عنه كتب تفاسير القرآن و شروح الأمثال.

1.3 . المقام عند الجاحظ:

كان الجاحظ على مذهب المعتزلة, و يعد من أبرز المتكلمين في مذهبهم, و هذا ما ساعده على أن يوغل بعيدا في الحديث عن الخطابة و المحاجة و فن التحاور. لذا نجده يقول عن صفات المتكلم: "ينبغي للمتكلم أن يعرف أقدار المعاني يوازن بينها و بين أقدار المستمعين و بين أقدار الحالات فيجعل لكل طبقة كلاما, و لكل حالة من ذلك مقاما, حتى يقسم أقدار الحالات على أقدار المعاني, و يقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات و أقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات."(291) فالجاحظ هنا ينظر إلى المقام من زاوية طرفي المتكلم و المستمع (مرسل و متلقي)فمن أجل أن يوصل الأول رسالته على أكمل وجه لابد له من مراعاة أحوال الثّاني.

و قد تحدث الجاحظ أيضا عن ميزات اللّفظ الذي يرى أنّه من شروطه " أن يكون لفظك رشيقا عذبا و فخما سهلا, و يكون معناك ظاهرا مكشوفا و قريبا معروفا إما عند الخاصة إن كنت للخاصة أو عند العامة إذا كنت للعامة أردت, و المعنى ليس يشرف بأن يكون من معاني الخاصة و كذلك ليس يتضع بأن يكون من معاني العامة و إنما مدار الشرف إلى الصواب و إحراز المنفعة ومع موافقة الحال و ما يجب لكل مقام مقال."(292) و بالإضافة إلى مراعاة مقتضى الحال لابد على المتكلم أيضا أن يختار من ألفاظه ما كان سهلا للفهم و معانيه واضحة و قريبة إلى ذهن المستمع.

و تحدث كذلك عن وجوب اختيار الألفاظ من خلال ربطه بين نوعها و أحوال النّاس, فلكل فئة ألفاظها الخاصة, فكما للبدو ألفاظ خاصة بهم فللحضر أيضا ألفاظهم الخاصة, و نجده يقول

(290) محمود محمد عيسى. السياق الأدبي دراسة تطبيقية. د ط. مكتبة نابشي دمياط. مصر. د ت. ص 7.
(291) الجاحظ. البيان و التبيين. ص103.
(292) المصدر نفسه. ص 156.

في هذا الموضوع "كما لا ينبغي أن يكون اللفظ سوقيا, فكذلك لا ينبغي أن يكون غريبا وحشيا إلا أن يكون المتكلم بدويا أعرابيا فإن الوحشي من الكلام يفهمه الوحشي من الناس كما يفهم السوقي رطانة السوقي."(293)ويؤكد الجاحظ على تنوع الكلام حسب أحوال النّاس و طبقاتهم من حيث الأسلوب و استعمال المفردات و الخصائص الصّوتية فيقول " كلام الناس طبقات كما أن الناس أنفسهم طبقات, فمن الكلام الجزل و السخيف و الحسن و القبيح و المليح و الخفيف و الثقيل."(294)

و مثلما تحدث الجاحظ عن صفات المتكلم تحدث كذلك عن الصّفات المتعلقة بالخطيب الذي يرى بأنهعليه أن يتخير هو كذلك من الألفاظ ما يتّسم بالبساطة و الوضوحو الابتعاد عمّا كان غريبا منها و غير مألوفو كذا الابتعاد عن بعض السّمات الشّخصية كلمس اللّحية أثناء الخطبة و اجتناب النّظر في عيون النّاس, لأن مهمته تكمن في إقناعهم بما يقول لذا فمن واجبه الابتعاد عن كل ما ينفرهم من حديثه أو يلهيهم عنه. و عليه أيضا توخي الانسجام في الكلام و لذا نجده يقول " تلخيص المعاني رفق, و الاستعانة بالغريب عجز, و التشادق من غير أهل البادية بغض و النظر في عيون الناس عي, و مس اللحية هلك, و الخروج مما يبنى عليه الكلام إسهاب."(295)

و نجد في أحد تعريفات الجاحظ للبلاغة . تقريبا . كل عناصر تحليل الخطاب التي صاغها الغرب في العصر الحديث, كحسن الابتداء, و الإقناع و الإشارة, و أجناس الخطاب و بعض الأساليبكما تطرق إلى قضية السّكوت و الاستماع إذ يقول " و قال ابن إسحاق بن قوهي: لم يفسر البلاغة تفسير ابن المقفع أحد قط قال: سئل ما البلاغة؟ قال: البلاغة اسم جامع لمعان تجري في وجوه كثيرة. منها ما يكون في السكوت, منها ما يكون في الاستماع, منها ما يكون في الإشارة, منها ما يكون في الاحتجاج, منها ما يكون جوابا, منها ما يكون ابتداء, منها ما يكون شعرا, منها ما يكون سجعا و خطبا, منها ما يكون رسائل, فعامة ما يكون من هذه الأبواب الوحي فيها و الإشارة إلى المعنى و الإيجاز هو البلاغة."(296)فمفهوم البلاغة عند الجاحظ ما هو إلاّ صورة واضحة لعملية التّخاطب التي جاءت بها نظرية تحليل الخطاب المعاصر.

2.3 . المقام عند ابن قتيبة:

---

(293) الجاحظ. البيان و التبيين. ص 162.

(294) المصدر نفسه. ص128.

(295) المصدر نفسه. ص 129.

(296) المصدر نفسه.ص 170.

ربما لم يبتعد ابن قتيبة كثيرا في مفهومه للمقام عما هو عند الجاحظ, فهو يرى أن "الخطيب من العرب إذا ارتجل كلاما في نكاح أو حمالة أو تحضيض أو صلح أو ما شابه ذلك لم يأت به من واد واحد, بل يفنن به, فيختصر تارة إرادة التخفيف و يطيل تارة إرادة الإفهام و يكرر تارة إرادة التوكيد, و يخفي بعض معانيه حتى يغمض على أكثر السامعين و يكشف بعضها حتى يفهم بعض الأعجميين, و يشير إلى الشيء و يكنى عن الشيء."[(297)] فالخطيب في رأيه لابد له من تبني بعض الأساليب كالاختصار و الإطالة و استعمال بعض الأدوات و تجنب المعاني غير الضّ رورية أو الإفصاح عنها بغية الإفهام إذا كان الكلام موجها لغير العرب.

و يضيف "و تكون غايته بالكلام على حسب الحال و قد الحفل و كثرة الحشد, و جلالة المقام."[(298)] فالخطيب عليه تكييف كلامه وفقا لأحوال المتلقين له و عددهم و مقاماتهم.

و يرى كذلك أنه على الخطيب أن " لا يأتي بالكلام كله مهذبا كل التهذيب و مصفى كل التصفية, بل تجده يمزج و يشوب ليدل على الناقص بالوافر, و بالغث على السمين, فلو جعله بحرا واحدا لبخسه بهاءه و سلبه ماءه."[(299)] فالخطاب أو الكلام لابد أن لا يأتي على درجة واحدة كي لا يفقد طلاوته و حلاوته.

و قد تطرق ابن قتيبة إلى الأسلوب الأمثل فيصياغة الخطب كالتّكرار من أجل التّوكيد والاختصار المستحب من أجل التّخفيف,و كذا التّنويع في الأساليب فنجده يقول في ذلك"إنّ القرآن الكريم نزل بلسان قوم و على مذاهبهم, و من مذاهبهم التكرار: إرادة التوكيد و الإفهام كما أن من مذاهبهم الاختصار: إرادة التخفيف و الإيجاز, لأن افتنان المتكلم أو الخطيب في الفنون و خروجه عن شيء إلى شيء أحسن من اقتصاره في المقام على فن واحد."[(300)]

3.3 . المقام عند ابن رشيق القيرواني:

أشار ابن رشيق إلى بعض القضايا التي لها صلة بالمقام, حيث يرى أنه لابد من مراعاة المتكلم لمقتضى الحال,فالشّعر عنده هو تعبير عن أمور ذاتية تختلج في نفس الشّاعر كالغزل و

---

(297) أبو محمد عبد الله بن مسلم ابن قتيبة. تأويل مشكل القرآن. د ط. تحقيق: أحمد صقر. المكتبة العلمية. بيروت. د ت. ص213.

(298) المصدر نفسه. ص 230.

(299) المصدر نفسه. ص 245.

(300) المصدر نفسه. ص 311.

المجون و المدح, و لكن شعر المناسبات . و الذي يسميه هو بشعر الحفل . يخرج عن هذا الإطار, حيث يرى أنّه على صلة مباشرة بالمقام إذ يستدعي جملة من الشّروط كعدم التّكلف و العفوية و التّقيح و مراعاة أحوال السّامعين كذلك, فما يوجه للأمراء و القادة غير ما يوجه للفقهاء و القضاة. حيث يقول: " و قد قيل لكل مقام مقال, و شعر الشاعر لنفسه و في مراده و أمور ذاته . من مدح و غزل و مكاتبة و مجون و خمرية, و ما أشبه بذلك . غير شعره في قصائد الحفل التي يقوم بها السماطين يقبل منه في تلك الطرائق عفو كلامه, و ما لم يتكلف له بالا, و لا ألقى به, ولا يقبل منه في هذا ما كان محككا معاودا فيه النظر جيدا, لا غث فيه و لا ساقط و لا قلق, و شعره للأمير و القائد غير شعره للوزير و الكاتب, و مخاطبته للقضاة و الفقهاء بخلاف ما تقدم من هذه الأنواع."[301]فعلى الشّاعر أن يتخير لشعره الأسلوب المناسب لكل حال من أحوال شعره, و لا يأتي به على ضرب واحد.

4 . المقام عند المعاصرين:

لعبالمقام في التّراث النّقدي و البلاغي و اللّغوي القديم دورا مهما عند العرب, و يعد أيضا من أهم المقاربات التي يرتكز عليها تحليل الخطاب المعاصر,و لا سيما النّظرية التّداولية.

(301) الإمام علي الحسن بن رشيق القيرواني. العمدة في محاسن الشعر و آدابه. ط 1.تحقيق عطا محمد عبد القادر أحمد. منشورات محمد علي بيوض لنشر كتب السنة و الجماعة. دار الكتب العلمية بيروت. لبنان. 2001. ص 216.

ويعرّف المقام من خلال مصطلحين هما السّياق Contexte و مقتضى الحال Situation. و قد سبقت الإشارة إلى أن الكثير من الباحثين لا يفرقون بين هذين المصطلحين حيث يحمّلانهما نفس الشحنة المفهومية. غير أننا نجد أن مانغونو حاول البت في هذه المسألة و الفصل بين المصطلحين إذ يقول: "الكثير من الدارسين يستعملون مصطلحات السّياق و الحال بدون تمحيص, غير أننا نستعمل المقام كمفهوم أكثر وضوحا يجمع بين المقام و السّياق."(302) فهو إذ يستعمل مصطلح المقام لأنّه يرى أنّه أعم و أشمل لجمعه بين معنى الاثنين السّياق و الحال.

والملاحظ أنّ كلّ دراسة في تحليل الخطاب كاتجاه حديث يعمل من خلال ربط الملفوظات بمقاماتها أو سياقاتها الأصلية حيث يحيل إلى العناصر المقامية في الخطاب.

و لقد اهتم الكثير من الباحثين بتحديد مفهوم السّياق و المقام, فهناك من يرى بأنّ " مفهوم السياق يقصد به الوضعية الملموسة التي توضع و تنطق من خلالها مقاصد تخص المكان و الزمان و هوية المتكلمين...الخ, و كل ما نحن في حاجة إليه من أجل فهم و تقييم ما يقال. و هكذا ندرك مقدار أهمية السياق حين نحرم منه مثلا و حين تنقل إلينا المقاصد عبر وسيط و في حالة معزولة عن السياق الذي يصبح مبهما عامة و دون قيمة."(303) فهي تشير إلى قصد المتكلم من خطابه الذي لا يمكن الوقوف عليه إلاّ من خلال السّياق, كما أنّها هنا تسمي المقام سياقا.

و الشّيء نفسه نجده عند السّعران الّذي يتساوى عنده مفهوم المقام مع سياق الحال الذي يعرفه بأنّه " جملة العناصر المكونة للموقف الكلامي و من هذه العناصر شخصية المتكلم و السامع . إن وجد . و بيان ماله علاقة بالسلوك اللغوي, و العوامل و الظواهر الاجتماعية ذات العلاقة باللغة, و السلوك اللغوي لمن يشارك في الموقف الكلامي, كحالة الجو إن كان لها دخل و كالوضع السياسي و مكان الكلام."(304) فهو يرى في السّياق جملة من العناصر اللّغوية و خارج اللّغوية التي تلقي بظلالها على جو الخطاب.

و قد قام أحمد المتوكل بتلخيص ما حواه مصطلح المقام عند علماء العرب القدماء في شتى تخصصاتهم في قوله: " مفهوم المقام أساسي و مركزي في الفكر اللغوي العربي القديم خاصة في لسانيات الخطاب مثل البلاغة و الأصول و التفسير و يميز علماء العربية بين نوعين من المقامات, مقام مباشر Situation immédiate و مقام غير مباشر Situation large ou

(302) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 108

(303) فرانسواز أرمينكو. المقاربة التداولية. ص 130.

(304) محمود السعران. اللغة و المجتمع. د ط. المطبعة الأهلية بنغازي. الإسكندرية. مصر. 1958. ص 310.

médiate فالمقام بالمعنى المقيد يشمل فترة و مكان التلفظ و على الأخص العلاقة التي تربط المتكلم بالمخاطب, و لابد من الإشارة إلى أن علماء العربية قد أعطوا أهمية للمتكلم.

أما المقام بمعناه فقد اعتبروه مجموع العادات و التقاليد في فترة معينة من التطور الاجتماعي لجماعة لسانية, فالشاطبي مثلا يؤكد على ضرورة معرفة الأوضاع العامة للمجتمع العربي أثناء الدعوة لفهم جميع آيات القرآن الكريم. و الملاحظ أن المقام بمعناه الواسع قد اهتم به الأصوليون و المفسرون لفهم النص القرآني, أما المقام بالمعنى المقيد فقد اهتم به باقي علماء العربية."[(305)] فالعلماء العرب القدامى صنفوا المقام إلى مباشر أو مقيد و واسع, حيث ارتبط الأول بمفهوم اللحظة,في حين اهتم الثّاني بالتّطور الاجتماعي الحاصل في فترة معينة لفهم النّص القرآني.

و هناك من يرى في السّياق ما " يمثله العالم الخارجي عن اللغة بما له من صلة بالحدث اللغوي أو النص, و يتمثل في الظروف الاجتماعية و النفسية و الثقافية للمتكلم و المشتركين في الكلام أيضا."[(306)] فسياق الموقف كما يطلق عليه خليل هو مجموع الظروف المحيطة بأطراف العملية الخطابية.

كما أنه يمثل أيضا " البيئة التي تجعل الحياة تدب في النص, أي أننا نستطيع أن نحدد مفهوم المقام على أنه الظروف أو الملابسات ذات الصلة بكل ما هو خارج النص extra-textnal سواء كان لغويا Linguistique أو غير لغويNon linguistique مما يتصل بالحدث اللغوي أو النص موضوع البحث و الدراسة."[(307)]

و نجد أن السّياق عند كمال بشر الذي يطلق عليه المسرح اللّغوي و المقام و مجريات الحال " ليس مجرد مكان يلقى فيه الكلام, و إنما هو إطار اجتماعي ذو عناصر متكاملة آخذ بعضها بحجر بعض فهناك كذلك الموقف كله بمن فيه من متكلمين و سامعين و علاقة بعضهم ببعض, و هناك كذلك ما في المواقف من الأشياء و الموضوعات المختلفة التي قد تفيد في فهم الكلام و الوقوف على خواصه و هناك كذلك الكلام نفسه."[(308)] . كما يمثل سياق الحال أيضا " جملة العناصر المكونة للموقف الكلامي أو للحال الكلامية."[(309)]

---

(305) أحمد المتوكل La théorie de Signification ضمن نور الدين رايص. نظرية التواصل و اللسانيات الحديثة. ص 321.

(306) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 81.

(307) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 82.

(308) المرجع نفسه. ص 82.

(309) السعران محمود. اللغة و المجتمع. ص 338.

أما حلمي خليل فإنه يرى في السّياق " ما ينقله العالم الخارجي عن اللغة بما له من صلة بالحدث اللغوي: و يتمثل في الظروف الاجتماعية و البيئية و النفسية و الثقافية للمتكلمين أو المشتركين في الكلام."[310]

من خلال جميع هذه التّعريفات يمكننا أن نستنتج أن ّالمقام أو السّياق يستند على أساسين اثنين يتمثل الأول في كون الحدث اللّغوي أو الخطاب أو الكلام له معنى دلاليا كامنا فيه و هو جزء من المقام أو السّياق الذي يستخدم فيه الخطاب, من زمان و مكان معينين. كما أن الحدث اللّغوي في الخطاب يتفاعل مع أنواع أخرى من الأحداث الاجتماعية و الإنسانية.

أما الأساس الثّاني فيتمثل في كون اللغة ليست مجرد أحداث لغوية محضة بكل مستوياتها الصّوتية و النّحوية و المعجمية بل هي أيضا ظاهرة اجتماعية لها علاقة مباشرة بالبيئة التي تستخدم فيها.

5عناصر السّياق (المقام):

كل التّعريفات التي وقفنا عليها تورد ضمنها عناصر للسّياق, و لكن لا يوجد هناك إجماع لدى الباحثين حول تحديد هذه العناصر فهايمس مثلا يرى أن عناصر السّياق تتمثل في " المشاركين و المكان و الزمان و الغاية و نوع الخطاب و القناة و اللهجة المستعملة و القواعد التي تحكم التداول على الكلام في صلب جماعة معينة."[311] و هناك من يضيف عناصر أخرى كثقافة المشاركين في الخطاب و معرفتهم بالعالم و معرفتهم بالخلفية الاجتماعية للإطار المكاني الذي يجري فيه الخطاب.

لكن حتى و إن تعددت هذه العناصر من باحث لآخر إلاّ أن هناك " نواة من المقومات مجمع عليها: المشاركون في الخطاب الإطار الزمكاني الغاية."[312]فهذه هي المرتكزات الثّلاثة الأساسية التي تمثل عناصر السّياق.

---

(310) حلمي خليل.ضمن عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 83.

(311) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 26.

(312) المرجع نفسه. ص 26.

1.5 . المشاركون في الخطاب Les Participants:

يرى مانغونو أنه علينا " التمييز بين الأفراد الذين يمكن وصفهم اجتماعيا و بيولوجيا بمعزل عن الخطاب و الأدوار التي يؤدونها في الخطاب: كتاب, باعة, تلميذ..."(313) فهؤلاء أفراد يملكون استقلالية اجتماعية و بيولوجية عن الخطاب.

و يتمثل المشاركون في الخطاب في المتكلم (المرسل), السّامع (المتلقي) " لأن مشاهدة المتكلم أثناء الكلام الفعلي تعين على فهم الحدث اللغوي, بل التعرف على كل صفات المتكلم ذلك أن لكل متكلم معجمه الخاص و مفرداته التي يتآلف معها و يفضل استخدامها."(314) فلكل متكلم مجموعة من الميزات الخاصة التي تميزه عن غيره من النّاطقين بنفس اللّغة, لأن ما تحمله الكلمات من معاني لا يتعلق بمستوى الاستعمال بقدر ما يتعلق بمن يستعملها في الخطاب.

أما الطرف الثّاني في العملية الخطابية أي المستمع أو المتلقي للخطاب, و العلاقة بينه و بين المتكلم " قد تفرض نوعا معينا من الحديث فحديث التلميذ مع أستاذه يختلف عن حديثه مع أحد أصدقائه, و حديث الابن مع والده يختلف عن حديثه مع الآخرين."(315) و الأمثلة على هذا كثيرة و كأننا نعود هنا إلى مفهوم السّلطة في أفعال الكلام و التي تفرض توجها أو سلوكا معينا أثناء الحديث, أي سلطة المتكلم مقابل سلطة المستمع أو المتلقي.

2.5 الإطار الزّماني و المكاني (الزّمكاني) Cadre spatio-tempor :

و هنا لابد لنا أيضا من "التمييز بين الإطار التجريبي العملي و الإطار المؤسساتي المرتبط بنوع الخطاب, ذلك أنه يمكن أن يحصل الاختلال بين الاثنين فالمرأب (الإطار العملي / التجريبي) قد يكون المكان الذي يؤدى فيه الطقس الديني (القداس) أو تقام فيه المحاكمة الخ."(316) و هذا التواء قد يحدث بين الإطارين التجريبي و المؤسساتي, و لكن هذا الالتواء يمكن موضعته.

و نفس الشيء بالنّسبة " للسيرورة الزمنية, أي سيرورة الرزنامة, فهناك زمنية يفترضها الخطاب: يمكن لخطاب أن يلقى موضوعيا في 12 ديسمبر 1921 و لكنه يمكن أن يتجلى في

---

(313) المرجع نفسه. ص 26.

(314) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 84.

(315) المرجع نفسه. ص 86.

(316) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 26.

شكل تكريم مثل مئوية الكاتب فلوبير."[317]فمثل هذا التّذبذب جائز على مستوى الخطاب, فهناك زمن حي, و زمن نرجع فيه للوراء (الاسترجاع).

كما أنّ "معرفة الزمان و المكان الذين ورد فيهما الحدث اللغوي عنصر هام جدا للوقوف على الدلالة."[318]لأنّ جهلنا بالمكان الذي ورد فيه الخطاب سيخلق تشويشفلي وصول الرّسالة للمتلقي. ذلك أن الألفاظ تختلف دلالاتها من مكان إلى آخر, فمثلا لفظة (الجامعة) تعني في تونس الرّابطة أو النّقابة العماليةفي حين تعني في الجزائر مؤسسة تعليمية تعنى بالتّعليم العالي. أو الدارجة في الجزائر فمثلا عبارة (أنتظرك) نجدها في دارجة الغرب (نقارع لك) و في دارجة الوسط (نستناك)و كذلك يمكن أن نسوق مثالا آخر على أهمية المكان في توليد الدّلالة و وصول المعنى, أنه لو سألني شخص (إلى أين تذهب؟). و أجبت (إلى الجزائر). فمعرفة المكان الذي أتواجد فيه هو من يعطي دلالة أني مسافر إلى العاصمة.

و الحال نفسهبالنّسبة للزمّان فإلقاء تحية الصّباح (صباح الخير) مثلا وقت المساء سيحمل دلالة مغايرة للمعنى الأصلي الذي تشحن به هذه العبارة عادة (التّحية)كالدّلالة على التّأخر في فهم المقصود من حديث معين.

فالزّمكنة(الزّمان و المكان)على أهمية كبرى نظرا لكون اللّغة تتنوع و تختلف من زمن لآخر, و من عصر لآخر, و من مكان لآخرو هنا نجد أن التّصنيف المناسب للمواقف الاجتماعية لابد أن تأخذ في الحسبان البعدين الزّماني و المكاني بما لهما من صلة بمجموعة الملامح اللّغوية, حيث نجد أن البعد الزماني يتمثل فيما يمكن أن نطلق عليه اللهجة الزمانية Temporaldialect أي استخدام اللغة في زمان معين. أما البعد المكاني فيظهر عندما نقارن بين الانجليزية البريطانية و الانجليزية الأمريكية مثلا مما يدل على أن المكان الذي نتعلم فيه اللّغة و نتعود على استخدامها فيه, ينعكس فيما نتكلم به أو نكتبه أي أن الموقع الجغرافي و اللّهجة الجغرافية Geograpficaldialect بينهما صلة.

3.5 . الهدف أو الغاية Le but:

يرى مانغونو أن " الغاية التي ينشدها المشاركون في الخطاب تتوقف بطبيعة الحال على نوع الخطاب: شراء سلعة, الدعوة إلى اعتناق دين ما .. غير أن هناك أنواع أخرى أكثر تعقيدا لأنها تعتمد على المسودة مثل القداس الديني أو خطاب سياسي أو استنطاق بوليسي أو شراء تذكرة سفر

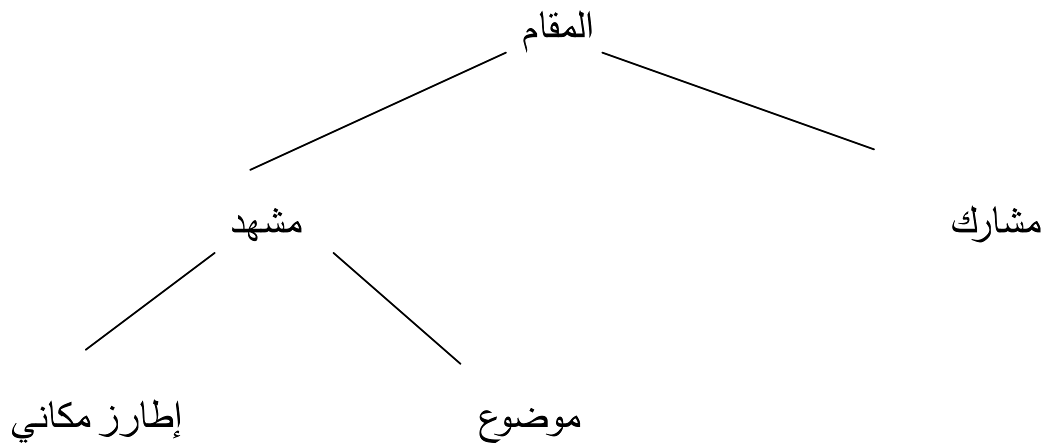
(317) المرجع نفسه. ص 26.

(318) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 87.

الخ , لأنه في هذه الحالة يحدث تحويل مجرى الغاية الظاهرة من الخطاب."[319] فلا وجود لغايات تراتبية في الخطاب, كما أنه قد يحصل انزلاق و خلط يحولان الغاية الأصلية للخطاب, مثل الحديث بين بائع و مشتري (علاقة تجارية) قد يتحول إلى شجار.

أو مثلا حينما يقول أحدهم (سأسافر إلى تونس) فهذا لا يعني أنه يسافر هكذا, بل هناك إجراءات و خطوات تسبق فعل السّفر من تحضير للأوراق و الوثائق اللاّزمة, ثم تحضير الأمتعة و بعدها التّوجه إلى المطار فركوب الطّائرة ليتحقق فعل السّفر.

تعدّ العناصر الثّلاثة السّالفة الذّكر من أهم العناصر في السّياق, و إن كان مانغونو يضيف إليها أيضا اللّحظة, و الموضوع, و نوع الخطاب, و القواعد المنظمة لتداول الكلام في مجتمع محدد, و معرفة المشاركين بالعالم من حولهم, و معرفتهم ببعضهم البعض, كخلفياتهم الثقافية أو الاجتماعية. " غير أن (أور كيوني) التي أشارت أيضا إلى تحديدات (هيمز) رأت بأن هذه العناصر لا تعبر بدقة عن طبيعة و دور المقام في الخطاب."[320] لذلك نجدها تميل إلى التّرسيمة التي اقترحها فرايزر و براون و التي تقسم السيّاق حسب مكوناته الأساسية على المنوال التّالي :



و الملاحظ أن براون و فرايزر من خلال هذه التّرسيمة قد وضّفا عنصر المشهد عوضا عن عنصر اللّحظة الذي أورده مانغونو.

(319) دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ص 27.

(320) فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. ص 89.

6أنواع السّياق:

يتنوع السّياق بتنوع الخطاب, فهناك سياقات و ليس سياق واحد, و قد يكون للخطاب سياق واحد,أو قد ينطوي على جملة من السّياقات,كالسّياق اللّغوي و السّياق الثّقافي و السّياق الاجتماعي و السّياق الفلسفي.

1.6السّياق اللّغوي Linguistique contexte:

و المقصود به " ذلك المعنى الذي ورد لهذه الكلمة في المعجم, أي معنى الكلمة أو الجملة أو العبارة, أو بمعنى آخر المعنى الذي يفهم من الكلمة بين الكلمات السابقة و اللاحقة لها في العبارة أو الجملة."(321) فاللّفظةفي الخطاب ترتبط مع غيرها من الألفاظ بعلاقات أفقية على محور التّراكيب,و تكون هذه العلاقة صوتية أو صرفية أو نحوية أو دلالية حيث تأخذ اللّفظة معناها من

(321) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 33.

خلال الألفاظ التي تكون معها في نظام الجملة أو العبارة. و لنأخذ مثلا لفظة (عين) في الجمل التّالية :

* أرسل عينه تستطلع له الطّريق. أي جاسوسه.

* شربت من عين عذب ماؤها. أي منبع.

* له عين جميلةأي حاسة النّظر.

* أعمى الحقد عينه. أي بصيرته.

و لنأخذ أيضا لفظة (ضرب)في الجمل التّالية:

* ضرب مصطفى خالدا. أي عاقبه.

* ضرب الله مثلا. أي ذكر.

* ضرب له قبة . أي أقام.

* ضرب العملة . أي صاغ.

* ضرب له موعدا . أي حدد.

* ضرب في الأرض . أي سعى.

فالسّياق اللّغوي الّذي وردت فيه هذه الكلمات هو من حدد المعنى المقصود من ضمن هذه المعاني المختلفة لها في كل جملة.

و يعرف أحمد عمر مختار السّياق اللّغوي بقوله أما السّياق اللغوي فيمكن التمثيل له بكلمة good الانجليزية و مثله كلمة حسن العربية أو زين العامية التي تقع في سياقات لغوية متنوعة وصفا لـ :

. أشخاص: رجل . امرأة . ولد.

. أشياء مؤقتة: وقت . يوم . حفلة . رحلة.

. مقادير: ملح . دقيق . هواء . ماء.

فإذا وردت في سياق لغوي مع كلمة رجل, كانت تعني الناحية الخلقية, و إذا وردت وصفا لطبيب مثلا كانت تعني التفوق في الأداء و ليس الناحية الأخلاقية, و إذا وردت وصفا للمقادير كان معناها الصفاء و النقاوة و هكذا."[(322)] و هذا التّعريف هو أقرب إلى تحديد المعنى الدّلالي للألفاظ منه إلى توضيح المقصود بالسّياق اللّغوي, ذلك أن السّياق اللّغوي يعني العلاقة بين الكلمات في السّلسلة الكلامية, فهو لا يتطلب تحديد المعنى, بل المعنى هو من يتطلبه السّياق اللّغوي.

و عليه يمكن القول بأن السّياق اللّغوي " هو كل ما يتعلق بالإطار الداخلي للغة (بنية النص) و ما تحتويه من قرائن تساعد على كشف دلالة الوحدة اللّغوية الوظيفية, و هي تسبح في نطاق التّركيب. و هذا الأمر يتطلب العودة إلى نظم اللّغة (الصوّتية و الصرّفية والتّركيبية و المعجمية و الدّلالية) للوقوف على ذات الكلمة و ماهيتها."[(323)] فمعرفتنا بالسّياق اللّغوي يساعد على كشف الغموض الذي قد يكتنف العبارة في خطاب ما.

و يشتمل السّياق اللغوي على مكونات أساسية تتمثل في:

1.1.6 السيّاق الصّوتي:

و يهتم هذا السّياق "بدراسة الصوت داخل سياقه و ليس مجردا من حيث كمية الهواء اللازمة لإنتاجه و الجهد و درجات الجهد و الهمس و سواها, و هنا تبرز ظاهرة الألوفون و دورها الوظيفي في بيان درجات التنوع الشرطي للأصوات."[(324)] فالفونيم يعد الأساس في توليد الدّلالة أو المعنى نظرا لكونه وسيلة مهمة في توزيع الأصوات داخل منظومة السّياق على وفق محتواها الوظيفي, فالصّوت أو الفونيم لا يحمل قيمته في نفسه بل في مهمته الوظيفية المتمثلة في تأثيره الدلالي داخل المنظومة السّياقية.

و إذا كان السّياق اللغوي هو النّظام التلفّظي للكلمات و مواقع هذه الأخيرة داخل هذا النّظام فإن السيّاق الصّوتي هو "النظم اللفظي للصوت في إطار الأصوات الأخر ى على مستوى الكلمة أو الجملة و التحليل الفونولوجي يوضح لنا طبيعة هذا السياق و حدوده."[(325)]

---

(322) أحمد عمر مختار. في علم الدلالة. ط 5. عالم الكتب. القاهرة. 1998. ص 70.

(323) عبد القادر عبد الجليل. علم اللسانيات الحديثة, نظم التحكم و قواعد البيانات. ط 1. دار صفاء للنشر و التوزيع عمان. الأردن. 2002. ص 542.

(324) عبد القادر عبد الجليل. علم اللسانيات الحديثة, نظم التحكم و قواعد البيانات. ص 542.

(325) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 38.

2.1.6السّياق النّحوي:

كان المقصود بالنّحو في القديم "ذلك العلم الذي يبحث في أحوال أواخر الكلمات إعرابا و بناء.أو كما يراد به في اصطلاح النحاة العلم الذي يبحث فيه عن أحوال أواخر الكلمات إعرابا و بناء. فمعرفة حكم الكلمة من حيث كونها مرفوعة أو منصوبة أو مجرورة أو مجزومة و الموضع الذي تأخذ فيها هذا الحكم و العلامات المختلفة التي تدل على هذا الحكم و معرفة الكلمات التي تظهر عليها حركات الإعراب و الكلمات التي يلزم آخرها حالة واحدة."[(326)] غير أن هذا المفهوم قد طرأ عليه تغيير,حيث أصبح المحدثين ينظرون إلى النّحو على أنّه " دراسة الجمل من ناحية العلاقات السنتجماتية Systematic relations أو السياقية في مقابل الصرف الذي يدرس العلاقات البراديجماتية Paradigmatics أو الجدولية."[(327)]و هذا يعني أن النّحو قد تجاوز نطاق الكلمة المفردة المنحصر في البناء و الإعراب إلى نطاق أرحب و هو نطاق السّياق.

فمهمة النّحو لم تعد تكمن في "البحث في الإعراب و مشكلاته على مستوى الكلمة و إنما تعدى ذلك إلى البحث في التركيب و ما يرتبط به من خواص و عليه كذلك أن يأخذ في الحسبان أشياء أخرى مهمة كالموقعية و الارتباط الداخلي بين الوحدات المكونة للجملة أو العبارة و ما إلى ذلك من مسائل لها علاقة بنظم الكلام و تأليفه."[(328)]و يعمل السّياق النّحوي من خلال القرينة التي تساعد في تكوين المعنى و تحديد الدّلالة, فهو بمثابة " شبكة من العلاقات القواعدية تحكم بناء الوحدات اللغوية دخل النص, و فيها تقوم كل علاقة بمهمة وظيفية تساعد على بيان الدلالة من خلال القرائن النحوية مثل (الإعراب) و هو قرينة سياقية تتعاون مع غيرها في رسم شبكة البيانات الدلالية."[(329)]

3.1.6السّياق الصّرفي:

و يقوم هذا النوع من السياق على المورفيم الذي لا يحمل أية قيم إلا إذا كان " ضمن سياق تركيبي معين, و مثلها أحرف المضارعة وسواها, فالبناء الصرفي يقود إلى دقة الانتساب للباب و

---

(326) المرجع نفسه. ص 67.

(327) المرجع نفسه. ص 67.

(328) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 67.

(329) المرجع نفسه. ص 546.

لكن خارج نطاق السياق الصرفي الذي يتكون من المورفيمات و هي تمارس وظيفتها داخل النص."[330] فالسياق الصرفي يتضمن الكلمة و ما يلحق بها من زوائد كالسوابق و اللواحق.

4.1.6السّياق المعجمي:

و يتمثل هذا السياق في " مجموع العلاقات الصوتية التي تتضافر من أجل تخصيص الوحدة اللغوية ببيان دلالي معين يمنحها القدرة على التركيب و فق أنظمة اللغة المشتركة."[331] حيث تشترك الوحدة المعجمية في علاقات مع وحدات معجمية أخرى لإنتاج المعنى العام, و هذا باجتماع دلالتها مع دلالات الوحدات الأخرى لإنتاج هذا المعنى.

5.1.6السّياق الأسلوبي:

و يظهر هذا النّوع بشكل جلي في " النصوص الشعرية و النثرية أكثر منه في اللغة العادية لما يمتلكه من قوة النسج و جدارة البناء و قوة التوالد الدلالي, لأنه ملك للفرد ذاته و من حقه أن يمارس طاقته الإبداعية و الإنتاجية في خلق أجيال جديدة من التراكيب التي تنهض على مستوى فني عالي النسج."[332] و لكن لا يمكن نكران وجود السّياق الأسلوبي في اللّغة العادية أو المتداولة أو المحادثة,ذلك أنه لكل شخص أسلوبه المعين في الحديث حيث يختلف أسلوب التّاجر عن أسلوب الأستاذ وعن أسلوب المحامي, كما يختلف الأسلوب من شخص لآخر وفقا لشخصية الفرد.

2.6السّياق الاجتماعي Social contexte:

و يعد السيّاق الاجتماعي ضروريا في تحديد المعنى أو الدّلالة للمفردات اللّغوية المشكلة للسّلسلة الكلامية أو الخطاب بصفة عامة, سواء أكان مكتوبا أو منطوقا. و يتمثلالسّياق الاجتماعي في " العالم خارج عن اللغة بما له من صلة بالحدث اللغوي, أو النص. و يتمثل في الظروف الاجتماعية و النفسية و الثقافية للمتكلم و المشتركين في الكلام أيضا."[333] فالسّياق الاجتماعي يتمثل في جملة العناصر الخارج لغوية و التي تشكل الحدث اللغوي من مشاركين و خلفياتهم الثّقافية و المعرفية,و كذا كافة العوامل و الظّواهر الاجتماعية المحيطة بالحدث اللّغوي,

(330) المرجع نفسه. ص 543.

(331) المرجع نفسه. ص 547.

(332) المرجع نفسه. ص 547.

(333) عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين, دراسة لغوية نحوية دلالية. ص 133.

فهو يمثل البيئة الواقعة خارج اللّغة و التي تلعب دورا حاسما في توجيه الخطاب نحو وجهة دلالية معينة دون سواها.

و الملاحظ أن جلّ الإعلانات التي تقدمها شركات الهاتف لا تخرج عن الإطار الاجتماعي للمجتمع الجزائري فلنلاحظ مثلا إحدى إعلانات موبيليس و لنسمع العبارة التّالية (بينيفيكس عسل قارص زيت الزّيتون)سنتساءل عن المعنى الدّلالي الذي تحمله مثل هذه العبارة و ما المقصود منها و ما علاقة مثل هذا الكلام بعالم الهاتف؟فحتى السّياق اللّغوي الذي تجاورت فيه الوحدات اللّغوية على محور التّراكيب لم يفلح في إيصال المعنى التّداولي لهذه العبارة,ثم لنسمع الجملة التّالية التي تليها (مع بينيفيكس سرح لافوا لكل دقيقة هدرة دقيقة مهدية و اربحوا حتى عشرين دقيقة في كل مكالمة) لكن حينما نشاهد الوصلة الاشهارية فإنّ مثل هذا الكلام المبهم ينجلي غموضه حين نرى ربة البيت تلك و الهاتف في يدها و هي تتكلم طيلة الوقت حتى بح صوتها و تطلب من الزوّج و الابن أن يحضرا لها تلك الأشياء السّالفة الذّكر. و الخلفية الاجتماعية هي من ستحل إشكالية المعنى فنظرا لكون الحديث المطول عبر الهاتف مجاني (20 دقيقة مهداة في كل مكالمة) فزمن المكالمة يطول و كثرة الكلام تؤثر على الحنجرة التي ستحتاج إلى علاج للبحة, والعلاج يكمن في هذه المواد الطبيعية المذكورة في العبارة الأولى (بينيفيكس وصفة سهلة عسل قارص و زيت الزيتون), و مثل هذه المواد مستعملة من طرف كافة أفراد المجتمع,فمع توفر العلاج السّهل يمكننا انتهاز فرصة هذا العرض المغري للتواصل مع من نحب.

و من السّياق الاجتماعي الذي يفرض نفسه في توجيه الخطاب وجهة معينة لنلاحظ مثلا الخاتمة في إعلانات جازي فقد كانت الخاتمة فيما ما مضى تقول (جازي عيش La vie) ثم تحولت إلى (جازي تعيش L'Algérie) ربما نتساءل عن سبب هذا التغيير و ربما لن نفهم المقصود منه لكن بالعودة إلى الفترة التي ظهر فيها هذا الشعار الجديد و هي فترة الأزمة مع مصر (بسبب مباراة في كرة القدم) حيث هب الجميع للدفاع عن كرامة البلد و كرامة المليون و نصف المليون شهيد, و لأن الشركة ملك لمصري فلكي لا تفقد زبائنها كان عليها ركوب الموجة و الدخول في هذه الزوبعة للتأكيد على انتمائها للجزائر ما دامت تنشط في أرض جزائرية.

و لنبق دائما مع إعلانات جازي ففي وقت سابق كان معيار الأفضلية هو عدد المشتركين والزّبائن,و لكن مع ازدياد حدة المنافسة بين الشّركات الثلاث, و أصبح لديهن زبائن مشتركون تغير معيار الأفضلية من العدد إلى نوعية الخدمات المقدمة و كذا العروض الجيدة و المغرية فالضّجة الإعلانية التيأثارتها جازي حين بلغ عدد مشتركيها المليون ثم الثّلاثة ملايين, لم يعد يسمع لها صوت الآن مع بلوغ عدد مشتركيها ست عشرة مليون مشترك فالمعيار الآن هو نوع

الشبكة (أن نكون رقم 1 لا يعني الحيازة على أكبر عدد من المشتركين فقط, بل أيضا امتلاك أحسن شبكة EDEG) (أن نكون الأفضل يعني 16 مليون مشترك مع توفير أحدث و أفضل العروض). و نحن نعلم أن العروضالجيدة كالتّخفيضات في الأسعار و المكالمات المجانية و غيرها من الأشياء التي تجذب المستهلك للاقتناء, أو هي من تقنع المتلقي بجدوى الخطاب و تحثه على الإتيان فالفعل.

ثانيا: الإستراتيجية الحجاجية:

يحتل الحجاج Argumentationأهمية كبيرة في الدّراسات اللّغوية المعاصرة نظرا لكونه على علاقة مباشرة بما يسمى بنظرية القول أو الحديث أو أفعال الكلام. كون المحاجج يتبنى أطروحة معينة تميزها القرائن القولية مثل: أنا, أنت, هنا, الآن, فهدف المحاجج هو محاولة لتأثير في المتلقي من أجل شيئين: أولهما إبعاده عن الأطروحة النقيض, و ثانيهما لتغيير رأيه. " فالنص الحجاجي لم يدخل المجال التعليمي إلا مؤخرا لأنه تميز من قبل برؤيتين متباينتين رؤية فلسفية تمثلت في أعمال برلمان و تخص وسائل الحجاج. و رؤية لسانية تداولية و من أقطابها ديكرو في دراساته حول الحجاج في اللغة."[(334)] و يعد الحجاج " الركيزة الأساسية للنصوص الموجهة المتضمنة للمقصدية و النقاش و النقد و الجدل, و التي منها النصوص القرآنية و الفلسفية

---

(334) يعلى حفناوي. مسارات النقد و مداراته ما بعد الحداثة , ترويض النص و تفويض الخطاب. ط 1. أمانة عمان. الأردن. 2007. ص 76.

و الأدبية و الفقهية."[335] و بهذا يكون الحجاج جملة من " الحجج يؤتى بها قصد إثبات رأي ما أو إبطاله."[336]

1. بين الحجاج و الاستدلال:

من أجل تحديد مفهوم الحجاج لابد أولا من أن نفرق بينه و بين الأشكال الاستدلالية الأخرى كالبرهان و الاستنتاج و هذا ما أشار إليه موشلار في قوله " لكي نحصر مفهوم الحجاج من الضروري أن نفرق بين حاجج argumenter و برهن prouver و استنتج déduire فالخطاب الحجاجي ليس خطابا معنيا بالكلام عن البراهين Les preuves و ليس خطابا معنيا بمبادئ الاستنتاج العقلي. و بتعبير آخر أن أحاجج لا يعني أن أثبت حقيقة ما أو أبين الطابع المنطقي السليم لعملية التفكير. فأن أحاجج معناه أن أعطي أسبابا لهذه النتيجة أو تلك. هذه الأسباب التي تؤلف حججا بمجرد أن يتم التلفظ بها. و عدد الحجج ليس محصورا بالضرورة في حجة واحدة."[337] فالحجاج مبني على العلاقة التي تكون بين الحجج و النّتائج, إذ يختلف الحجاج عن المنطق الأرسطي القائم على الجمع بين مقدمتين للوصول إلى نتيجة وفقا لمبدأ الحتمية و الضرورة. فالحجاج فعل مقترن بالتخاطب القائم على الدعوى و الاعتراض اللتان تجسدان من قبل المرسل و المتلقي.

و نظرا لاستعانة الخطاب الحجاجي بمجموعة غير محصورة من الحجج ينظر إلى الحجة على أنها سبب للقبول بالنتيجة و هذه الحجة تكون على شكل فكرة و ليس فعلا كلاميا. فهي بنية دلالية متعلق بقصدية المرسل من الخطاب و هذا ما يجعلها تتضمن بعدا تداوليا, و هذا ما يجعل طبيعة الحجج متباينة حيث تكون منطقية أو تأثيرية أو عبارة عن شواهد للتّمثيل و الإيضاح.

و نظرا لكون الحجج تتجلى في أشكال مختلفة فإن الحجاج هو الآخر يتجلى في أشكال مختلفة كشكل الصراع الذي تتواجد فيه مجموعة من الأصوات و تتداخل فيما بينها من أجل إكساب الخطاب ميزة تفجيرية. و كذا شكل الاستدلال الذي يستند إلى ارتباطات منطقية للحجج

(335) هاجر مدقن. آليات تشكل الخطاب الحجاجي بين نظرية البيان و نظرية البرهان. مجلة الآداب و اللغات. عدد 5. 2006. جامعة ورقلة. ص 172.

(336) حمزة الطاهر. مفكرة الطالب. معجم موسوعي صغير. د ط. آداب و علوم شيخ الزمان. د ب. د ت. ص 135.

(337) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ص 46.

التي تصل فيما بينها الروابط الحجاجية. و كذا شكل البرهان الذي يقوم على الاستنتاج و الاستقراء. و شكل المثال الذي يمكن من خلاله لمتوالية سردية أن تصف و توضح فعل خاص أو أن تطرح فكرة معينة.

2 . مفهوم الحجاج:

1.2 .الحجاج في اللّغة:

يقول ابن منظور في اللسان: " قال الأزهري: و من أمثال العربلجّ فحجّ معناه لجّ فغلب من لاجّه بحججه, يقال: حاججته أحاجه حجاجا و محاجة حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدليت بها... و الحجة البرهان و قيل: الحجة ما دوفع به الخصم. و قال الأزهري: الحجة الوجه الذي يكون به الظفر عند الخصومة و هو رجل محجاج أي جدل.

و التحاج: التخاصم, و جمع الحجة حجج و حجاج, و حاجه محاجة و حجاجا: نازعه الحجة. و احتج بالشيء: اتخذه حجة. قال الأزهري: إنما سميت حجة لأنها تحج أي تقصد لأن القصد لها و إليها, و كذلك محجة الظريف هي القصد و المسلك, و في حديث الدجال: " إن يخرج و أنا فيكم

فأنا حجيجه" أي محاجه و مغالبه بإظهار الحجة عليه, و الحجة: الدليل و البرهان, يقال حاججته فأنا محاج و حجيج فعيل بمعنى فاعل و منه حديث معاوية: فجعلت أحج خصمي أي أغلبه بالحجة."(338) و مثل هذه المعاني نجدها تتوارد في معظم المعاجم العربية القديم مثل تهذيب اللغة للأزهري الذي نجده يقول: " قال الليث: الحجة الوجه الذي يكون به الظفر عند الخصومة, و جمعها حجج."(339)

و نجد في تاج العروس عند الزبيدي المعاني التالية " الحجة (بالضم): الدليل و البرهان وقيل ما دفع به الخصم... و المحجاج بالكسر: (الجدل) ككتف, و هو الرجل الكثير الجدل... يقال: حاججته حجاجا محاجة حتى حججته, أي غلبته بالحجج التي أدليت بها."(340) و نجد كذلك أنّ " الحجة في اللغة بمعنى البرهان و النمط البرهاني أسلوب في الكتابة يهدف إلى إقناع المخاطب بوجهة النظر التي يتبناها المتكلم أو الكاتب, أو إلى دحض رأيه أو جداله أو إسكاته أو تعديل رأيه تعديلا بسيطا, أو اتخاذ موقف من قضية معينة ."(341)

2.2 . الحجاج في الاصطلاح:

لما كان تحديد مفهوم التداولية صعبا لا يمكن الإحاطة به من كل جوانبه, و هذا راجع لكونها تتواجد في محور تتقاطع فيه الدراسات اللسانية بالدراسات المنطقية و الفلسفية, لذا فكل مبدأ من مبادئها أو كل نظرية فيها صعبة التحديد بالضرورة, إما للسبب الذي ذكرناه, و إما لأسباب تنبثق من ذات النظرية أو المبدأ, و هذه الصعوبة تصادفنا أيضا حين محاولتنا تحديد مفهوم الحجاج و إن بدا للوهلة ألأولى أنه سهل إلا أنه ينفلت من قيود التحديد ما إن نحاول وضع معالم واضحة تحدد نطاقه, و هذا نظرا لكون هذه النظرية ما تزال في طور التأسيس و التشكل و لم تنغلق بعد. كما أننا نجد اختلافات كثيرة تصل حد التناقض و التعارض أحيانا داخل هذه النظرية لهذا "كلما وقفنا على لفظ الحجاج تسارعت إلى أذهاننا دلالته على معنى التفاعل (L’interaction)..

---

(338) ابن منظور. لسان العرب. مادة حجج. ص 779.

(339) الأزهري . تهذيب اللغة. ص 251.

(340) الزبيدي. تاج العروس من جواهر القاموس. د ط. تحقيق مجموعة من المحققين. دار الهداية. د ب. د ت. ص 463.

(341) سجيع الجبيلي. تقنيات التعبير في اللغة العربية. د ط. المؤسسة الحديثة للكتاب طرابلس. لبنان. 2008. ص 219.

أو قل أن الحجاج أصل في كل تفاعل كائنا ما كان."[342] حيث تختص نظرية الحجاج بدراسة الفعالية الحجاجية التي قد تكون اجتماعية أو عقلية هدفها إقناع المتلقي برأي من الآراء بواسطة تقديم حجج قد تثبت أو قد تنفي قضية ما.

و قد وضع أسس نظرية الحجاج أوزوالد ديكرو (1973) و هي نظرية لسانية تهتم بالوسائل اللغوية و بإمكانيات اللغات الطبيعية التي يتوفر عليها المتكلم قصد توجيه خطابه وجهة ما تمكنه من تحقيق بعض الأهداف الحجاجية, هذا الخطاب الذي يفرض وجود متكلم و مخاطب و إرادة من الجانبين للتأثير على الآخر, و لا تحدد طبيعته إلا بتحديد نوعية العلاقة بين المتخاطبين و مقتضى الحال."[343] إنها تنطلق من فكرة أننا نتكلم بقصد التأثير, و تريد هذه النظرية أن تبين أن اللغة تحمل بصفة جوهرية وظيفة حجاجية, أي هناك مؤثرات متعددة لهذه الوظيفة في بنية الخطاب.

تتعارض نظرية الحجاج في اللغة مع " كثير من النظريات و التصورات الحجاجية الكلاسيكية التي تعد الحجاج منتميا إلى البلاغة الكلاسيكية "أرسطو" أو البلاغة الحديثة " بيرلمان" أو "لبرخت تيتيكا" أو منتميا إلى المنطق الطبيعي, و الاحتجاج هو فعل يسعى دائما إلى تغيير حالة مسبقة للأشياء."[344] و الحجاج فعل مقترن بالتخاطب قائم على الدعوى و الاعتراض المجسدتين من قبل المرسل و المتلقي " إنه كل منطوق موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها."[345]

و يتميز الخطاب الحجاجي من " الوجهة داخل خطابية Intra discours بأشكاله البنائية المختلفة, و من الوجهة فوق خطابية Extra discours بالفعل التأثيري الذي يكون مرتبطا بالإقناع."[346] فالبنية تقوم على أساس عنصرين يتمثلان في الحجة و النتيجة, تربط بينهما علاقات حجاجية تعمل جاهدة على التأثير في المتلقي من أجل دفعه إلى اتخاذ موقف مؤيد أو رافض لقضية معينة. و منه نستنتج أن الغرض التداولي للحجاج هو الإقناع الذي يعد فعلا تأثيريا, و عليه يمكن أن ينظر إلى الحجاج على أنه فعل كلامي.

(342) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ص 229.

(343) حسين الصديق. المناظرة في الأدب العربي الإسلامي. ط 1. الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان. دارفور للطباعة. د ب. 2000. ص 288.

(344) المرجع نفسه. ص 228.

(345) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ص 226.

(346) Charaudeau. D. Manggueneau. Dictionnaire d’analyse de discours. P 66

و نظرا لكون الحجاج نشاط لغوي فإنّه " الآلية الأبرز التي يستعمل المرسل اللغة فيها و تتجسد عبرها إستراتيجية الإقناع."(347) بحيث تكمن أهمية الحجاج في الإقناع الذي يغرسه في المتلقي, مما يعني أنه أي الحجاج هو وسيلة ناجحة في الخطابات الدينية و الإشهارية... الخ فهو عملية مقصودة تسعى إلى " تحقيق نشاط تواصلي و هو نشاط يتحقق بواسطة اللغة و في اللغة."(348) و يمكن أن يعرف الحجاج " كتعبير عن وجهة نظر ما بواسطة ملفوظ واحد أو مجموعة من الملفوظات."(349) و هذه الملفوظات يمكن عدها حججا.

و يمكن اعتبار الحجاج " طريقة خاصة لانتظام مجموعة من الملفوظات."(350) و هو النظام الذي يجمع بين حجة و نتيجة تربط بينهما علاقات حجاجية متميزة بخصائص خاصة.

3.2 . الحجاج عند العرب:

لا يمكن إغفال حقيقة أن للعرب إسهامات في هذا الميدان كغيره من الميادين التي كانت لها إرهاصات في فكرهم المتقدم تتجلى في أعمال القدامى, و إن لم ترتكز على منظومة اصطلاحية واضحة, أو تتأسس كنظرية مستقلة بذاتها.

و هنا لابد من الإشارة أولا إلى النّص القرآني الذي يشكل المرجعية الأولى لكافة العلوم التي ظهرت عند العرب خاصة العلوم اللغوية و الدّينية.حيث يمكن عد هذا النّص نصا حجاجيا بالدرجة الأولى,فهو حجاج باللّغة حين تحدى العرب بأن يأتوا بمثله و هم فطاحل اللّغة. ثم لدينا القصص القرآني الذي هو في حقيقة أمره حجاج, لأنه يقدم حججا بيّنة و واضحة على سوء عاقبة عصيان الأوامر الإلهية.

و كذلك أقوال الرّسول صلى الله عليه و سلم في رده على المنافقين و اليهود و المشركين, أو في تعليمه لصحابته الكرام أمور الدّين والدّنيا.

بل إننا نجد كثير من النّماذج الحجاجية حتى في خطابات الفترة الجاهلية " و تمثل ذلك في المناجازات الخطابية و المنافرات القبلية."(351) و قد تبلور الحجاج بعد البعثة في كثير من العلوم

---

(347) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 456.

(348) آن روبول. التداولية اليوم علم جديد في التواصل.ص 55.

(349) Charaudeau. D. Mangguneneau. Dictionnaire d’analyse de discours. P67

(350) Op. cit.p 67. ضمن الوناس نصيرة . التشكيلات الخطابية في هاشميات الكميت .ص 22.

(351) عبد الهادي الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 447.

كالفقه والأصول و العلوم اللّغوية و علم الكلام الذي كان وجوده في الأساس لغرض حجاجي وهو الدفّاع عن الدّين الإسلامي من وجهة عقلية فلسفية لم يستطع الفقه أن يتبناها.

و يعد الجاحظ أول من نظّر لإستراتيجية الإقناع التي هي من صميم الحجاج الذي يتمثل هدفه الأساسي في الإقناع, و ليس مجرد جدل من أجل الجدل فحسب, حيث تحدث عنه في البيان و التّبيين عندما " فصل القول فيما يخص الخطيب من صفات جسدية و ملكات ذهنية و لم يقتصر حديثه على تعداد مميزات الخطيب الايجابية التي تمنح خطابه القبول, من حلاوة القول و الحذق فيه, بل فطن إلى التنبيه على الخصائص السلبية التي تضعف من موقفه مثل العيوب النطقية و العي."(352)

ولم يقف الجاحظ عند هذا الحد بل حاول الذهاب أبعد من ذلك عندما حاول التقعيد لمفهومي البيان و البلاغة. فالبيان عنده هو معرفة و استكشاف لذا نجده يقول فيه " و الدلالة الظاهرة على المعنى الخفي هو البيان الذي سمعت الله تبارك و تعالى يمدحه و يدعو إليه و يحث عليه و بذلك نطق القرآن, و بذلك تفاخرت العرب و تفاضلت أصناف الأعجام. و البيان اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى و هتك الحجب دون الضمير حتى يفضي السامع إلى حقيقته و يهجم على محصوله كائنا ما كان ذلك البيان و من أي جنس كان الدليل, لأن مدار الأمر و الغاية التي يجري إليها القائل و السامع إنما هو الفهم و الإفهام فبأي شيء بلغت الإفهام و أوضحت عن المعنى , فذلك هو البيان في ذلك الموضوع."(353) فالبيان متعلق بإيضاح المعنى القائم في النفس حتى يدركه السامع انطلاقا من أن وظيفة اللغة الأولى هي التواصل و كشف كوامن الصدّور.

و عندما قام الجاحظ بالتّقعيد للبلاغة استشهد بما لدى الأمم الأخرى من فكر و مفاهيم إذ نجده يقول: " قيل للفارسي ما البلاغة؟ قال: معرفة الفصل من الوصل. و قيل لليوناني: ما البلاغة ؟ قال: تصحيح الأقسام و اختيار الكلام. و قيل للرومي: ما البلاغة ؟ قال: حسن الاقتضاب عند البداهة و الغزارة يوم الإطالة. و قيل لهندي: ما البلاغة ؟ قال: وضوح الدلالة و انتهاز الفرصة و حسن الإشارة. و قال بعض أهل الهند: جماع البلاغة: البصر بالحجة و المعرفة بمواضع الفرصة. ثم قال: و من البصر بالحجة و المعرفة بمواضع الفرصة أن تدع الإفصاح بها إلى

(352) المرجع نفسه. ص 448.
(353) الجاحظ. البيان و التبيين ج1. ص 78/77.

الكناية عنها إذا كان الإفصاح أوعر طريقة. و ربما كان الإضراب عنها صفحا أبلغ في الدرك و أحق بالنظر."(354)

و يمكن أن نعد ما ذهب إليه ابن خلدون في المقدمة لا يخرج عن هذا السياق عندما تحدث عن علم أصول الفقه حيث أقر بضرورة استعمال الحجاج من أجل الإقناع نظرا لكثرة أسباب الخلاف, و ما انجر عن ذلك من مناظرات. و قد تحدث عن الجدل معتبرا إياه " معرفة آداب المناظرة التي تجري بين أهل المذاهب الفقهية و غيرهم, و ذلك قيل إنه معرفة بالقواعد من الحدود و الآداب في الاستدلال التي يتوصل بها إلى حفظ رأي أو هدمه, سواء كان ذلك من الفقه أو غيره."(355)

3 . أنواع الحجاج:

يمكن حصر الحجاج في ثلاثة أنواع, و تحدد هذه الأخيرة حسبالسّ ياق الذي وردت فيه و كذلك طبيعة الموضوع المحتج له. و تتمثل هذه الأنواع في:

1.3الحجاج بالسّ لطة:

و يمكن أن تعرّ ف السلطة بشكل مبسط في أنها " المرتبة العليا التي تحاول فرض الأوامر. بمعنى تستلزم أمرا له الحق في إصدار الأمر إلى المأمور هذا الأخير يجب عليه الانصياع و

(354) الجاحظ. البيان التبين. ص 87.

(355) عبد الرحمن ابن خلدون. كتاب العبر و ديوان المبتدأ و الخبر في أيام العرب و البربر و من عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر المجلد 7. د ط. دار الكتاب اللبناني.بيروت. د ت. ص 177.

تنفيذ الأمر."[356] حيث يتوفر لدينا في هذه العلاقة السلطوية طرفي الخطاب المتمثلين في المرسل و هو الآمر, و المتلقي و هو المأمور.

و يعرّف فوكو السّلطة بأنها " علاقة قوى, أو أن كل علاقة قوى هي على الأصح علاقة سلطة."[357] و في الحجاج بالسلطة لابد أن تتوفر جملة من الشروط كي يكون الحجاج صائبا و ليس حجاجا خاطئا. و هي:

* أن تدرك الحجة بالسلطة إدراكا سليما.

* أن تكون للسّلطة كفاءة حقيقية و متمكنة في مجالها, بحيث لا تستند لمجرد الشهرة و مشاكلها.

* أن تعتبر جانب التخصص في كل مجال على حدى.

و نجد في الإعلانات أن عنصر السّلطة يمكن تغييبه, ذلك أن الخطاب الإعلاني خطاب غير مباشر, إذ يمر عبر عدة وسائط ليصل من المرسل (صاحب المنتج) إلى المتلقي (المشاهد). ثم أن العلاقة السلطوية بين هذين الأخيرين متكافئة أو متساوية, حيث لا يملك أي منهما سلطة أعلى أو مرتبة أعلى من الآخر.

2.3 . الحجاج بالمغالطة:

و يقوم هذا النّوع من الحجاج على إفهام المخاطب أو المتلقي من خلال تعجيزه عن الإتيان بما ينفي ما سبق تأكيده بالحجة, حيث أن المتكلم يؤسس حجته على القاعدة التي مفادها أنه إذا لم تأت بما ينفي حجتي فهو الدليل على أنها صحيحة, فمثلا إذا قلت لك الماء يغلي في درجة حرارة 100°م, فإن لم تأت بما يدحض هذه الحجة فهي صحيحة بالضّرورة.

ويذهب طه إلى القول بأن " المنطوق به لا يكون خطابا حقا حتى يكون للمنطوق له حق مطالبة الناطق بالدليل على ما يدعيه الناطق,ذلك أنّ فقد المنطوق له هذا الحق يجعله إما دائم التسليم بما يدعيه الناطق و إما عديم المشاركة في مدار الكلام."[358] و المشاهد للإعلانات يكون فاقدا لحق المطالبة بالتأكيد,فهو إما أن يسلّم بما يشاهده تسليما مطلقا,فيقبل على فعل الشراء. أو تكون معارضته لمضمون الرسالة الإشهارية بالإحجام عن فعل الشراء.

(356) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 221.

(357) المرجع نفسه. ص 221.

(358) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ص 225.

3.3 . الحجاج بالقوة:

و يقوم هذا النّوع من الحجاج على تكييف " المخاطب وفق ما يريده المتكلم دون وضع أدنى اعتبار لآرائه أو معتقداته, و دون مخاطبة المنظومة الفكرية للمخاطب."[(359)] و هذا من خلال اتّخاذ بعض الإجراءات المتمثلة في:

. المفارقة: و يتخذ هذا الإجراء من أجل إحداث زعزعة التوارث و نفي المعايير.

السّخرية و حجة الصّمت: حيث يمثلان وسائل القطع و إقصاء التّواصل أو إلغاء العملية التّواصلية.

4 . الحجاج عند ديكرو و انسكمبر:

لقد تحدث أوزوالد ديكرو و جون كلود انسكمبر في كتابهما " الحجاج باللغة L'argumentation dans la langue" عن حجاج يقوم على اللغة و يكمن فيها.قد بيّنا أنّ " الحجاج باللغة يجعل الأقوال تتابع و تترابط على نحو دقيق فتكون بعضها حججا تدعم حججا و

(359) عبد السلام عشير. عندما نتواصل تغير, مقاربة لغوية تداولية معرفية لآليات التواصل و الحجاج. د ط. دار إفريقيا للنشر. المغرب. د ت. ص 166.

تثبت بعضها الآخر."[360] أي أن المتكلم حينما يحتج لقول ما بقول آخر يكون هدفه هو إقناع المتلقي بأمر معين, و هذا الإقناع قد يكون صريحا و قد يكون ضمنيا يترك فيه للمتلقي حرية الاستنتاج من خلال البنية اللّغوية للقول.

كما قدم الباحثان تعريفا آخر للحجاج بأنه " أن يقدم المتكلم قولا ق1 (أو مجموعة أقوال) الموجهة إلى جعل المخاطب يقبل قولا آخر ق2 (أو مجموعة أقوال أخرى) سواء أكان ق2 صريحا أو ضمنيا و هذا الحمل على قبول ق2 على أنه نتيجة للحجة ق1 يسمى عمل محاجة."[361] فالحجاج عندهما لا يرتبط بالمحتوى الخبري للكلام, بل ببنية اللغة كما أسلفنا الذكر, فهو علاقة دلالية تربط بين الأقوال, حيث تنتج هذه العلاقة من عمل المحاجة.

و يرى الباحثان بأن الخطاب ليس مجرد وسيلة للتواصل فقط, بل هو أيضا "وسيلة إخبارية تكمن غايتها في التأثير على الغير. و هذه العملية التأثيرية هي التي تدعى بالحجاج"[362] فالمرسل حين مخاطبته للمتلقي يضع نصب عينيه جعل هذا الأخير يقبل بأقوال و أراء أخرى. فغاية الخطاب الحجاجي " تتمثل في أن تفرض على المخاطب نظاما من النتائج باعتبارها الوجهة الوحيدة التي يمكن للمخاطب أن يسير فيه."[363] حيث يحرص على سد المنافذ في وجه المتلقي من تبني حججا مضادة, و توجيه وجهة معينة دون سواها.

و لقد جاء الباحثان بمفاهيم عديدة في حقل النظرية الحجاجية منها:

1.4. التّداولية المدمجة Pragmatique intégré:

و تنطلق الدّراسة في هذه النّظرية من رفضالباحثين لما جاء به بييرس من أنّ للّغة ثلاث مستويات تركيبية و دلالية و تداولية و " العلاقة بين العلامات تفضي بنا إلى علم التراكيب و

(360) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص 23.

(361) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. د ط. إشراف حمادي صمود. كلية الآداب. جامعة الآداب و الفنون و العلوم الإنسانية. تونس. د ت. ص 360.

(362) عمر بلخير. تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية. ص 111.

(363) سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم. ص 23.

العلاقة بين العلامة و معناها تفضي بنا إلى علم الدلالة, أما العلاقة بين العلامة و مستعمليها فتفضي بنا إلى التداولية."[364] فبناء على تصورهما لابد أن تمر دراسة اللّغة بثلاث مراحل "يعنى التركيب في أولها بقواعد التوليف بين المكونات اللغوية لتحديد نحويتها, و تعنى الدلالة بالعلاقة بين العلامات و مراجعها و الحكم على الجملة بالصدق أو الكذب انطلاقا من ضبط مدى استيفائها لشروط الصدق, و يعنى التداول أخيرا باستعمال الجمل في التخاطب للبحث في مدى مناسبتها للمقام أو خروجها عن الموضوع و تحديد العمل القولي المتحقق هل تجيز ظروف التخاطب إنجازه؟ و ما التأثير الذي يسعى إليه المتكلم من خلال ذلك القول."[365] فالتّركيب يوفر القواعد المتحكمة في تكوين متوالية من الرّموز و الدّلالة تؤسس العلاقة بين الجمل على أساس القيمة الإخبارية و التّداول يركز على كون اللّغة وضعية تواصلية.

و بناء على هذا فإنّ دراسة اللّغة سواء كانت طبيعية أو اصطناعية تتبع " نظاما خطيا من التركيب إلى الدلالة إلى التداول, يخضع فيه كل مستوى إلى سابقه. إذ تخضع القيمة التداولية للجملة لمحتواها الإخباري الخاضع بدوره للبنية النحوية."[366] فالقيمة التّداولية سابقة في الكلام و ليست لاحقة إذ أنّ هذه القيمة هي من تحدد بعض الظّواهر الإخبارية.

و قد استغنى الباحثان عن نتائج الدّلالة و تعاملا بشكل مباشر مع البنية التّركيبية للجملة, كما قاما بإدماج الوصف الدّلالي في التّداولية و لهذا سميت تداوليتهما بالتّداولية المدمجة " إذ ليست القيمة الموضوعية الملفوظة مستقلة عن مضمونها الإخباري بل بإمكانها تحديد هذا المضمون."[367] و تمثل القيمة الموضوعية الملفوظة التّداول, و هذا أيضا سبب يدعو لعدم التّفريق بين الدّلالة و التّداولية.

و ينطلق الباحثان في تبنيهما لهذه النّظرية من فحوى النّظرية التي تقول بأن وظيفة اللّغة وظيفة تأثيرية حيث حاولا تبيان أن " اللغة تحمل بصفة ذاتية و جوهرية وظيفة حجاجية أي أنّ هذه الوظيفة مؤشر لها في بنية الأقوال نفسها, و في المعنى و كل الظّواهر الصوّتية و الصّرفية و

(364) عمر بلخير. معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب ما بين 1989 و 2000. ص 180.

(365) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 353.

(366) محمد طروس. النظرية الحجاجية. ط 1. دار الثقافة. الدار البيضاء. المغرب. 2005. ص 97.

(367) فرانسواز ارمينكو. المقاربة التداولية. ص 58

المعجمية و التركيبية و الدلالية."[368] فالمرسل يحاول دوما التأثير في المتلقي من خلال جميع أفعال الكلام التي يقوم بها.

2.4نظرية السّلالم الحجاجية:

يعرّف الشهّري السلّم الحجاجي بأنّه " عبارة عن مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية و موفية بالشرطين التاليين:

أ . كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته, حيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى جميع الأقوال التي دونه.

ب . كل قول كان في السلم دليلا على مدلول معين, كان ما يعلوه مرتبة دليلا أقوى عليه."[369] فالسّلم الحجاجي في ابسط تعريف له هو عبارة عن علاقة ترتيبية للحجج التي يمكن أن نمثل لها كالتّالي:

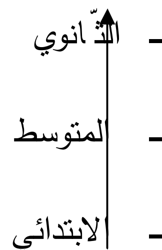
. حصل التلّميذ على شهادة التّعليم الابتدائي.

. حصل التلّميذ على شهادة التّعليم المتوسط.

. حصل التلّميذ على شهادة التّعليم الثّانوي.

فهذه الأقوال جميعها تنتمي إلى نفس الفئة ما يعني أنها تنتمي إلى سلم حجاجي واحد, و نتيجته أن كفاءة التّلميذ و مكانته العلمية في تزايدو يكون ترتيبها في السلّم الحجاجي كالتّالي:

الكفاءة و المكانة العلمية



(368) أبو بكر العزاوي. اللغة و الحجاج. د ط. مؤسسة الكتاب الحديث بيروت. لبنان. 2009. ص 7.

(369) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 500 .

فنيل شهادة الابتدائي حجة أولى على اجتهاده, ثم شهادة المتوسطي حجة أقوى من الأولى ثم شهادة الثّانوي فهي أقوى الحجج على اجتهاده و نجاحه.

و مثلما تصدق نظرية السلّالم الحجاجية في الإثبات تصدق أيضا في النفّي و يمكن التّوضيح لذلك بالمثال الذي أورده الشّهري (فلان بخيل, لا يقرض أحدا, و لا يتصدق على أحد, و لو طلبته ذنبا من ذنوبه فلن يعطيك إياه.) و يمكن أن نمثل له في السلم الحجاجي كالتّالي:



جاء الإقراض في المرتبة الدنّيا لتعلقه بالدّنيا أما الصّدقة فهي متعلقة بالآخرة و علاقة الإنسان بربه, أما الذنب فمن المحال أن يطلب منه و إن حصل المستحيل حصل الرفض من البخيل و هذا دلالة على شدة اتصافه بالبخل. لذلك فهو أقوى الأدلة على دعوى البخل التي يريد المرسل تدعيمها.(370)

ويرى بلخير أن نظرية السّلالم الحجاجية تدخل في صلب دراسة الحجاج في اللّغة " في إطار الاستمرار في ذلك التيار الذي انبثق من أعمال بنفنست عن الذاتية في اللغة. و ينطلق ديكرو من أن هناك بعض العناصر اللغوية التي ترتبط بعملية التلفظ . و قد نظر إليها على أنها ترتبط فقط بالسجل اللغوي."(371) فكثير من العمليات التّلفظية تحمل في طياتها وظائف حجاجية إذ "أنّ القيم الحجاجية للملفوظ غير ناتجة فقط عن المعلومات التي تحتويها, بل قد تحتوي الجملة على مورفيمات و تعابير أو صيغ زيادة على محتواها الإخباري تفيد إعطاء توجّه حجاجي

(370) ينظر عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 500 / 501.

(271) عمر بلخير. معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب ما بين 1989 و 2000. ص 182.

للملفوظ, و حمل المتلقي إلى وجهة أو أخرى."[372]و تنطلق نظرية السّلالم الحجاجية في نظر شكري المبخوت من " إقرار التلازم في عمل المحاجة بين القول و الحجة **ق** و نتيجته **ن** و معنى التلازم هنا هو أن الحجة لا تكون حجة بالنسبة إلى المتكلم إلاّ بإضافتها إلى النتيجة مع الإشارة إلى أن النتيجة قد يصرح بها و قد تبقى ضمنية."[373] و مثالا على ذلك:

أ) ماذا تريد أن تأكل اليوم؟.

ب)ألا ترى أن الثّلاجة عامرة؟.

فالاستفهام في ب هو حجة لفائدة نتيجة ضمنية تتمثل في الدعوة إلى الأكل و إن لم يتم التصريح بهذه الدّعوة (النتيجة).

و في العلاقات القائمة بين الأقوال و النّتائج هناك سمات أساسية مميزة, حيث يمكن أن تمثل مجموعة من الأقوال حججا تدعم نتيجة واحدة تتفاوت من حيث قوتها. فمثلا نجد أوصافا للماء متمثلة في بارد و صقيع و قارس. يمكن أن تكون جملا : (الماء بارد.) (الماء صقيع.) (الماء قارس.)، إذا افترضنا أن أحد هذه الجمل قدمت حجة لنتيجة مفادها السّباحة في مسبح مغطى بدل الذّهاب إلى البحر فإذّنا نجد الجملة الثّالثة أقوى في سلم الحجج من الأولى و الثّانية. و مرد هذا الاختلاف في قوة الحجج و ضعفها إلى " كون الظواهر الحجاجية تتطلب دائما وجود طرف آخر تقيم معه علاقة استلزام."[374] فجملة (الماء صقيع) مثلا موجودة ضمن سلم من الوحدات التي تستعمل لوصف الماء,فإذا كان الماء صقيعا فهذا يستلزم منطقيا أنه بار د بما أن موقعه في مراتب البرودة يجعله أقوى.

و إذا ما لاحظنا المثال: زيد ذكي , فقد نجح بامتياز في البكالوريا, و تحصل على جائزة رئيس الجمهورية. فزيد ذكي تمثل النتيجة (ن) التي دعمت بحجتين هما نجح بامتياز في البكالوريا (ق1) و تحصل على جائزة رئيس الجمهورية (ق2) حيث دعم القولان نتيجة واحدة هي ذكاء زيد.

و كلا القولين ينتميان إلى قسم حجاجي واحد. و القسم الحجاجي هو أن " يقدم المتكلم قولين ق و ق' معتبرا أنهما حجتان لفائدة النتيجة ن."[375] و لكن إذا نظرنا في العلاقة بين ق1 و ق2فإنّ

---

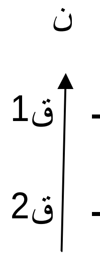
(372) اوزوالد ديكرو. نظرية السلالم الحجاجية. ضمن عمر بلخير معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب ما بين 1989 و 2000. ص 182.

(373) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 363.

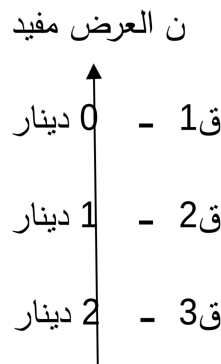
(374) المرجع نفسه. ص 364.

(375) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 365.

المتكلم قد يعتبر إحدى هاتين الحجتين أقوى من الأخرى فيمكن القول: زيد ذكي فقد نجح في البكالوريا بامتياز بل تحصل على جائزة رئيس الجمهورية. فالفرق بين هذا القول و القول السابق أنه في السابق قدم القولين على أساس أنهما حجتان لنتيجة واحدة هي ذكاء زيد أما في القول الثاني فقد رتبت هذه الحجج بحيث تكون ق2 (نال جائزة رئيس الجمهورية) أقوى من ق1 (نجح في امتحان البكالوريا بامتياز), حيث أن القبول ب ق2 يستدعي القبول ب ق1 و العكس غير صحيح.
و علاقة الترتيب هذه تكون سلما حجاجيا يمكن أن نمثل له بالرّسم التّالي :

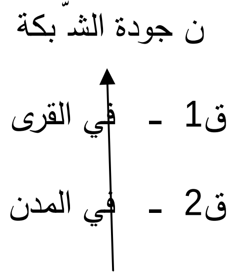


و لنمثل لهذه العلاقة بإحدى اشهارات نجمة والتي تقول: " العرض الجديد لنجمة اشتري خط one و احصل على 0 دينار للدقيقة من 6 تاع العشية حتى 6 تاع الصباح من نجمة إلى نجمة. و 1 دينار للدقيقة من 6 تاع الصباح حتى 6 تاع العشية من نجمة إلى نجمة. و 2 دينار للدقيقة من نجمة نحو جميع الشبكات." فهنا نلاحظ تصاعد الحجج على أن هذا العرض مغري و مفيد للمشترك على خط نجمة الجديد.



و في إعلان لشركة موبيليس نجد" في المدن و في القرى موبيليس ترافقكم"و النّتيجة التي تؤخذ من هذا المثال هي جودة الشّبكة التي تغطي جميع مناطق الوطن,فوجود التّغطية الجيّدة في المدينة أمر طبيعي نظرا لتوفر الوسائل و التّكنولوجيات و عدم وجود عوائق. أما في القرى فهناك عوائق كثيرة تحول دون وصول التّغطية الجيّدة للشّبكة الهاتفية,و هي عوائق جغرافية كالنّأي و

التّضاريس الصّعبة من جبال و وهاد. و عوامل مناخية كالعواصف و الأمطار و الثّلوج. و لكن بالرّغم من كل هذه العوائق فتغطية شبكة موبيليس موجودة في مثل هذه الأماكن و الظّروف, و هذا دليل على جودتهاو يمكن أن نمثل لها بالسلّم الحجاجي التّالي:



و تكمن أهمية نظريةالسّلالم الحجاجية أساسا في إخراج قيمة القول الحجاجي من حيّز المحتوى الخبري للقول, و هذا يعني أن القيمة الحجاجية لا يمكن الحكم عليها بالصدق أو الكذب لأنها لا تخضع لشروط الصدق المنطقي, فهي ليست قيمة مضافة إلى البنية اللغوية بل مسجلة فيما يتكهن بها التنظيم الداخلي للغة, و قد تبين تحليل ديكرو للنفي أنه لا يمكن اختزاله في النفي المنطقي."[376] فالحجج عند ديكرو تدعم و تثبت بعضها البعض في تراتب و انسجام, و انطلاقا من هذه الفكرة هناك ثلاثة أنواع من المراتب هي:

1.2.4 . المراتب المتضادة:

و التي تتحقق حين " تكون الألفاظ دالة على معان يمكن ترتيبها بين طرفين متباينين."[377] مثل ترتيب الكلمات حسب الحرارة و البرودة فنقول حار و دافئ و فاتر و بارد.

2.2.4 . المراتب الموجهة توجيها كميا:

(376) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 370.

(377) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ص 274.

و تتحقق " في الألفاظ الدالة على معان تقبل التدرج في اتجاه واحد, إما على مقتضى التزايد أو على مقتضى التناقص."[378] و تكثر هذه المراتب في وحدات القياس كالوزن الذي يرتب حسب الصيغة التالية: الطن و القنطار و الكيلوغرام و الغرام.

3.2.4 . المراتب الموجهة توجيها قصديا:

و تتحقق عندما " يكون قصد المتكلم عاملا في اتجاه المراتب التي تنزلها الجمل."[379] و نجد أن السلم الحجاجي بمختلف قوانينه يتموضع في هذه المراتب لأنه قد ولد من رحمها و السلم الحجاجي في النهاية " عبارة عن مجموعة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية و موفية بالشّرطين التاليين:

أ) كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته, بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى جميع الأقوال التي دونه.

ب) كل قول كان في السلم دليلا على مدلول معين, كان ما يعلوه رتبة دليلا أقوى عليه."[380] فبناء السّلم يعتمد أساسا على علاقة التراب التي تربط بين الأقوال.

1.2.4 قوانين السّلالم الحجاجية:

1.1.2.4 . قانون الخفض Loi d'abaissement: و مفاده أنه " إذا صدق القول في مراتب معينة من السلم, فإن نقيضه يصدق في المراتب التي تقع تحتها."[381] فهذا القانون يوضح فكرة أن النفي اللغوي الوصفي يكون مساويا للعبارة, فإذا ما قلنا: الجو ليس باردا فإننا نستبعد التأويل الذي يقول بأن البرد قارس, و يمكن تأويل هذا القول بأنه إذا لم يكن الجو بارد فهو دافئ أو حار.

و يمكن أن نسوق مثال آخر: عمر صديقي فهو يقف بجانبي في الأوقات الصعبة. و هذا القول يقع في سلم العلاقات الشخصية في مرتبة الصّديق, لكن إذا قلنا عمر ليس صديقي فهو لم يقف بجانبي في الأوقات الصّعبة. فهذا القول يقع في نفس سلم العلاقات الشخصية لكن تحت مرتبة الصديق.

2.1.2.4 . قانون القلب Loi d'inversion:

---

(378) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ص 275.

(379) المرجع نفسه. ص 275.

(380) المرجع نفسه. ص 277.

(381) المرجع نفسه. ص 277.

و يرتبط بالنّ في و مفاده "أنّ ه إذا كان أحد القولين أقوى من الآخر في التدليل على مدلول معين فإنّ نقيض الثّاني أقوى من نقيض الأول في التّ دليل على نقيض المدلول."(382) فإذا كان لدينا قولان نتيجتهما واحدة,و أحدهما أقوى في التّدليل على هذه النّ تيجة من الآخر, فإن نقيض القول القوي أقوى من نقيض القول الأقل قوة في التّ دليل على نقيض المدلول الأول.فالسّ لم الحجاجي للأقوال المنفية هو عكس سلم الأقوال الإثباتية, فإذا قلنا:

. حصل فاروق على الماجستير, بل و حتى الدكتوراه.

. لم يتحصل فاروق على الدكتوراه, بل لم يتحصل حتى على الماجستير.

فحصول فاروق على الدكتوراه أقوى دليل على مكانته العلمية من حصوله على الماجستير. في حين أن عدم حصوله على الماجستير هو أقوى دليل على عدم كفاءته العلمية من عدم حصوله على الدّ كتوراه.

3.1.2.4قانون تبديل السّ لم Loi de négation:

و يعرّ فـأيضا بقانون النّ في و مفاده أنه " إذا كان القول دليلا على مدلول معين فإن نقيض هذا القول دليلا على نقيض مدلوله."(383) فإذا كانت لدينا مجموعة من الحجج نتيجتها واحدة, فإن نفي تلك الحجج هو نفي لمدلول النتيجة نفسها. مثلا إذا قلنا:

. محمد كريم فهو يتصدق دائما و يساعد الفقراء و المحتاجين.

. محمد ليس كريم فهو لا يتصدق أبدا و لا يساعد الفقراء و المحتاجين.

ففي القول الأول أثبتناصفة الكرم لمحمد من خلال التّ صدق و مساعدة الفقراء. أما في القول الثّاني فقد قمنا بنفي هذه الصفّة عنه من خلال نفينا للتّ صدق و مساعدة الفقراء. و ما يمكن قوله في نظرية السلالم الحجاجية بصفة عامة هو أنها " نظرية ذات أهمية كبيرة فيها يمكن إبراز قيمة القول الحجاجي من حيث المحتوى الخبري, و أهميته الكبرى تكمن في أن منظّري القياس المسلمين عرفوا التصانيف السلمية و طبقوها على تصنيف الأحكام الشرعية, إذ رتبوا الواجب و الحرام في طرفي السلم تتوسطهما درجتا المندوب و المكروه بينهما المباح المطلق."(384)

---

(382) طه عبد الرحمن. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ص 278.

(383) المرجع نفسه. ص 278.

(384) طه عبد الرحمن. في أصول الحوار و تجديد الكلام. ص 106.

3.4الر ّ وابط و العوامل الحجاجية:

بالر ّ غم من أن الوظيفة الأولى و الأساسية للغة هي التواصل, و لكن هذا لم يمنع أن تكون للغة وظائف أخرى من بينها الوظيفة الحجاجيةو تعد التسلسلات الحجاجية مؤشر ا لهذه الوظيفة في بنية الأقوال اللغوية , حيث اشتملت اللغات الطبيعية على مؤشرات لغوية خاصة بالحجاج تنسق حججه تارة و تشحنها تارة أخرى, و هذه المؤشرات هي الروابط و العوامل الحجاجية.

وقد أشار ديكرو و انسكمبر عند صياغتهما لنظريتهما الحجاجية في اللّغة إلى هذه الظّاهرة اللّغوية (الربط الحجاجي) الجد مهمة و التي تتدخل بشكل مباشر في توجيه الحجاج الوجهة التي يراها المتكلم بواسطة استعمال عناصر لغوية تلعب دورا أسليا في اتّساق النّ ص و في ربط أجزائه مع المعنى " فإذا كانت البنية الحجاجية محددة بالبنية اللغوية فإنها تبرز في مكونات متنوعة و مستويات مختلفة من هذه البنية, فبعض هذه المكونات يتعلق بمجموع الجملة أي هو عامل حجاجي في عبارة ديكرو فيقيدها بعد أن يتم الإسناد فيهاو من هذا النوع نجد النّ في و الاستثناء المفرغ و الشرط و الجزاء و ما إلى ذلك, ما يغير قوة الجملة دون محتواها الخبري و نجد مكونات أخرى ذات خصائص معجمية محددة تؤثر في التعليق النحوي و تتوزع في مواضع متنوعة من الجملة و من هذه الوحدات المعجمية حروف الاستثناء بمختلف معانيها و الأسوار (بعض, كل, جميع..) و ما اتصل بوظائفنحوية مخصوصة كحروف التعليل أو ما تمح ّص لوظيفة من الوظائف مثل " قط و أبدا" و هذا خليط من الروابط و العوامل الحجاجية تتعامل فيما بينها أحيانا على صور شتى في الأقوال ما يتطلب أحيانا النظر في الوجوه و الفروق للوقوف على أيها أقوى حجاجيا أو ما يتولد عن تعاملها من فروق حجاجية."(385)و قد قام ديكرو بدراسة هذه الظّواهر في إطار تعيين كلمات الخطاب التي تتدخل في العنصر السببي للملفوظات " و هي عوامل تتعامل فيما بينها بطرق مختلفة و متعددة."(386)إذ يمكن التّ مييز في الملفوظات الفروق الحجاجية الكامنة فيها.

1.3.4الر ّ وابط الحجاجية Connecteurs argumentatives:

وهي عبارة عن "مجموعة من الحروف و الأدوات تتدخل في تغيير و توجيه دلالات الحجاج في الكلام مثل: لكن, إلاّ أن ّ ."(387) و تلعب هذه الحروف و الأدوات دورا مهما في انسجام و اتساق الخطاب, كما أنها تسمح بتدرج و تسلسل القضايا , فهذه الأدوات تؤدي دورا ذا بال من

(385) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 377.

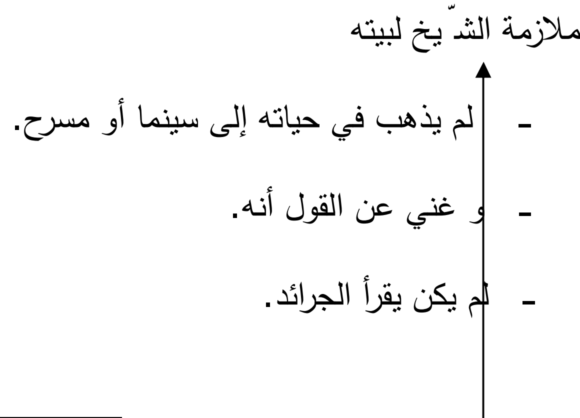
(386) عمر بلخير. معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري. ص 188.

(387) عمر بلخير. تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية. ص 124.

حيث إنها تضفي الاتساق على النص."[388] من حيث كونها علامات تتدخل على مستوى الوصف الدلالي للغة الطبيعية. لأن هذه الوحدات اللغوية أو المورفيمات التي تقيم بين جملتين سواء تعلق الأمر بالظروفLes adverbes (مع ذلك, رغم...) أو العطف Coordinations (الواو, الفاء) أو الإتّباع الصّلة Subordinations (لأنّ بما أنّ ...) ."[389] مما يعني أن هذه الرّوابط الحجاجية تربط بين قولين أو أكثر حيث تقوم بإسناد دور محدد لكل قول داخل النّسق الحجاجي العام.

و يمكن وصف هذه الرّوابط بأنّها " لفظ لا يدل بحد ذاته على أي معنى و إنّما من طبيعته أن يربط فقط الألفاظ المختلفة لتبيان العلاقات القائمة فيما بينها."[390] فالرّابط الحجاجي لا يصلح أن يكون موضوعا و لا محمولا في القضايا المنطقية .

و تمثل اللغة العربية فضاء رحبا لمثل هذه الرّوابط التي لا يمكن تعريفها إلا بإحالتها على قيمها الحجاجية مثل: لكن, بل حتى, سيما, غني عن القول, فضلا عن, مثلما نتبين في المثال التالي المنقول عن الشهري: "و لم يكن الشيخ ليزور أو يزار إلا في المناسبات, و لم يكن يقرأ الجرائد أو يستمع إلى الراديو. و غني عن القول أنه لم يذهب في حياته إلى سينما أو مسرح". فهذه حجج على ملازمة الشيخ لبيته, و قد لعبت عبارة (غني عن القول) دور الرابط الحجاجي. و يمكن أن نمثل للمثال كالتّالي في السّلم الحجاجي:



(388) دومينيك مانغونو. المرجع السابق. ص 24.
(389) المرجع نفسه. ص 24.
(390) عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. ص 508.

- لم يكن يزور أو يزار.

فالمرسل هنا جاء بمجموعة من الحجج للدلالة على ملازمة الشيخ لبيته و رتبها في السلّم الحجاجي باستدلاله بالخطاب الواقع بعد (غني عن القول) و هو أنه (لم يذهب في حياته إلى سينما أو مسرح) ليكون الحجة الأقوى, و باستعماله الرابط الحجاجي فقد جعل الحجج الأخرى في مراتب دون مرتبة هذه الحجة. و يمكن إعطاء مثال آخر:

فاروق ذكي لكنّه مشاغب.

فاروق مشاغب لكنّه ذكي.

و الرّابط هنا هو الحرف (لكن) و يفيد هنا التعارض و الاستدراك.

و يمكن أن نخلص من هذين القولين إلى أنه " إذا كان السياق يتطلب الذكاء فيكون الشغب ضعيفا كحجة في القول و مخالف للسياق. و إذا كان السياق يتطلب الشغبفإنّ الذكاء يكون مؤكدا و مدعما كحجة في السياق المطلوب."[391]

2.3.4 . العوامل الحجاجية:

تعمل هذه العوامل الحجاجية على تغيير القوة الإقناعية للجمل دون تغيير في محتواها الإخباري, و العامل الحجاجي هو " صرفة تحول الاحتمالات الحجاجية للمضمون المطبق عليه و تمد العبارة المتغيرة بإمكانات استعمالها لغايات حجاجية, بمعنى هي عوامل تقوم بحصر و تقييم الإمكانات الحجاجية التي تكون لقول ما من عناصر تدخل على الإسناد مثل: الحصر النفي, (ما إلاّ, ربما, كاد) أو مكونات معجمية تحمل في الغالب إحالة غير مباشرة مثل: (تقريبا كثيرا, على الأقل)."[392] فالعوامل الحجاجية لا تقوم بالربط بين حجة و نتيجة , أو بين مجموعة من الحجج و نتيجتها, بل " تقوم بحصر و تقييد الإمكانات الحجاجية التي تكون لقول ما."[393] فمثلا إذا قلنا: (أرغب في الراحة.) و (لا أرغب إلاّ في الراحة.) ففي القول الأول يتبادر إلى ذهن المتلقي

---

(391) عبد السلام عشير. عندما نتواصل نغير مقاربة لغوية تداولية معرفية لآليات التواصل و الحجاج. ص 24.

(392) محمد طروس. النظرية الحجاجية. ط 1. دار الثقافة للنشر و التوزيع الدار البيضاء. المغرب. 2005. ص 112.

(393) أبو بكر العزاوي. اللغة و الحجاج. ص 33.

أنني أرغب في أشياء أخرى إلى جانب الراحة, أما في القول الثاني فقد قمت بحصر كل رغباتي في الراحة فقط باستعمال أسلوب القصر.

إذا كانت الروابط الحجاجية عبارة عن عناصر نحوية تقوم بالربط بين الأقوال, فإن العوامل الحجاجية هي " ما يكون داخل القول الواحد من عناصر تدخل على الإسناد مثل الحصر و النفي أو مكونات معجمية تحيل في الغالب على إحالة غير مباشرة مثل (منذ) الظرفية و (تقريبا) و (على الأقل) ...الخ."(394) فهذه العوامل تقوم بضمان البعد التلفظي و تحقيق التجانس التداولي للجمل أو الأقوال.

ويشير بلخير إلى ملاحظة هامة مفادها أنه "تكاد لا نجد هذا التمييز بين الروابط و العوامل الحجاجية في أغلب الدراسات التي تناولت هذه الظاهرة, فقد جمع المفهومين غالبا تحت اسم الروابط الحجاجية بسبب صعوبة التمييز بين النوّعين في التّحليل."(395) فمثلا نجد الشّهري يسميها جميعا بالروابط الحجاجية و التي يعتبرها من الأدوات اللّغوية للسّلم الحجاجي.

4.4 . المواضع Topos:

و تمثل مبدأ من المبادئ الحجاجية التي يستعملها المتخاطبون بشكل ضمني من أجل حمل المتلقي على القبول بنتيجة معينة, فهي اعتقادات و أفكار مشتركة بين فئة لغوية معينة ينتمي إليها المرسل و المتلقي و يرتكز عليها الاستدلال في اللغة.

و " قد افترض ديكرو أن المواضع مجموعة صغرى لها بنية دلالية مخصوصة, و يصوغها على النّحو التالي: إذا تمت الاستجابة لبعض الشروط ش فإنه كلما كانت الميزة م أكثر (أقل) في شيء ي كانت الميزة م' أكثر (أقل) في شيء ي' و ذلك في منطقة قوة م."(396) و نستنتج من هذا أنّ وجود موضع بين الحجة و النّتيجة أمر تتطلبه العلاقة الحجاجية.

كما أن للمواضع أشكالا تتحدد " من خلال التأليف بين أكثر و (رمزه +) و أقل و (رمزه -) أربعة هي: (+ +) و (. , .) و (+, .) و (. , +)."(397) و يمكن التوضيح بإحدى إعلانات جازي (الآن احصل على خط جازي بـ 3999 د ج فقط.) و لنقرن هذا القول بنتيجة ستربح التي تعني أن القول (الحجة) متجه نحو انخفاض الثمن أو بالنتيجة المعاكسة لن تربح التي تعني أن القول

(394) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 377.

(395) عمر بلخير. معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري. ص 188.

(396) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 380.

(397) المرجع نفسه. ص 380.

(الحجة) متجه نحو ارتفاع الثمن, و نقوم بإدخال عامل حجاجي هو الحصر(ما, إلاّ) حيث يوجه القول نحو انخفاض الثمن.

1) لن تربح ثمن هذا الخط 399 دج .

2) ستربح ثمن هذا الخط 399 دج.

3) لن تربح ما ثمن هذا الخط إلاّ 399 دج .

4) ستربح ما ثمن هذا الخط إلاّ 399 دج .

و الملاحظ أنّ القول (3)غير مستساغ لأن الربح مرتبط بدلالة الحصر على انخفاض الثّمن, في حين أن النتيجة المستخلصة هنا هي نفي الربح.

و حسب مفهوم الموضع تنطبق على هذه الأقوال ثلاثة أشكال من المواضع, و هي:
*الشّكل (+, .)كلما كان ثمن الشّيء مرتفع كان شراؤه أقل ربحا, كما هو الحال في القول (1).
*الشّكل (., +)كلما كان الثّمن أقل ارتفاعا كان شراؤه أنفع كما هو الحال في القولين (2) و(4).
*الشّكل (., .)كلما كان الثّمن أقل ارتفاعا كان شراؤه أقل ربحا كما هو الحال في القول (3).
و الملاحظ في هذهالأقوال المدرجة أن الشّكل (+, +)الذي يمكن صياغته بأنه كلما كان الثّمن مرتفعا كان للشّراء نافعا و هو حال القول (3) قد أدى إلى ربط غير مستساغ.

و من هنا يمكن استنتاج أن " الأمر ليس مطلقا فلا توجد مواضع غير قابلة للتطبيق و إنما الأمر رهين اعتقادات المتخاطبين و من بينها تصوراتهم عن المجتمع بما أن المواضع قضايا و أفكار مشتركة بينهم."[(398)] من هنا يمكننا القول بأن الحجاج عبارة عن شبكة من المواضع تمثل مسارات حجاجية لابد من إتّباعها من أجل بلوغ نتيجة معينة, و هذا يعني أن العلاقة بين الحجج و نتائجها ليست ملزمة بصفة مطلقة. فيمكننا أن نستخلص من قول أو مجموعة أقوال نتيجة و ضدها, من خلال المرور عبر مواضع تلعب دور المصفاة لبلوغ هذا المسار أو ذاك. و هذا يؤكد أن الحجاج مجال مفتوح على احتمالات متعددة و لا يقوم بتقديم حقائق مطلقة. " فلما كانت بعض التراكيب و الأساليب تمثل تعليمات و توجيهات حجاجية منذ المستوى اللغوي فإن الجملة التي تنجز في مقام مخصوص لا تفضي إلى نتيجة محددة إلاّ بالإحالة على موضع من المواضع."[(399)]

(398) شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. ص 382.
(399) المرجع نفسه. ص 383.

فدلالة جملة معينة أو قول معين هي مجموع المواضع التي تمكن من تطبيقها و اختيار جملة أو قول في مقام دون سواه هو اختيار لتطبيق هذا الموضع دون سواه.

1.4.4 . مميزات المواضع: و يمكن أن نجمع هذه المميزات في ثلاثة و هي:

. اعتقادات مشتركة بين المرسل و المتلقي.

. تأتي المواضع عامة, حيث يكون المعنى صحيحا في كل المقامات التي يرد فيها و إن اختلفت عن المقام الأوّل الذي وردت فيه, مثل الجو معتدل هيا بنا لنتنزه, هذا لا يعني أنّ اليوم بالذّات من يجعل التّنزه أمر ا جميلابل اعتدال الجو هو الملائم للتّنزه,فكلما كان الجو معتدلا كان التّنزه مستحبا.

يمتاز الموضع بالتّدرج إذ يصنع علاقة بين سلمين مثل الحرارة في حالة الجو.



و في هذا التّمثيل تقابل كل نتيجة من السلّم السابّق درجة من السلّم الذّاتج.

و يمكن أن نمثل لهذه العلاقة أيضا من خلال إعلان لنجمة.

" الاشتراك الجديد خط one مهدى عند شراء هاتف نقال 1000 دينار جزائري للشهر (مليح) 4 ساعات نحو كل الشبكات (هايل). 50% تخفيض بعد استهلاك الاشتراك (روعة)."



1000دينار للشّهر - - مليح

وهنا نلاحظ أن الوضع منطقي فكلما ارتفع مستوى العرض كان المشترك هو الرّابح الأكبر (عرض أكثر, حالة أحسن).

5. الحجاج عند بيرلمان و تيتيكاه:

جاء هذان الباحثان بمدرسة جديدة تعرف بمدرسة البلاغة البرهانية. وولد معهما مصطلح البلاغة الجديدة الذي ظهر عام 1958 في كتابهما " مقال في البرهان: البلاغة الجديدة. و يعتمد هذا الكتاب على محاولة لإعادة تأسيس البرهان و المحاجة الاستدلالية باعتباره تحديدا منطقيا بالمفهوم الواسع, كتقنية خاصة و متميزة لدراسة المنطق التشريعي و القضائي على وجه التحديد."[(400)] و قد نظرت مدرسة البلاغة البرهانية بمنظور جديد إلى البلاغة التي كان ينظر إليها من قبل على أنها علم قديم مرتبط بالإفراط و بالكتب المدرسية, و هذا راجع لسببين, يتعلق الأول بالسياسة لارتباطها بجمهور محدد الهدف هو إقناعه ببعض الأمور السّياسية, ثم تحولت بعد ذلك

(400) صلاح فضل. بلاغة الخطاب و علم النص. ص 65.

من فن الخطابة إلى الفصاحة التي تعنى بالعمق اللغوي الذي يلائم بين الشّكل و الموضوع.

أما السّبب الثّاني فهو تربوي لأن المراد من البلاغة هو إفهامالتّلاميذ, و تبسيطها لهم لتتلاءم مع الطرح المدرسي. و هذا ما دفع ببيرلمان إلى استحداث مصطلح "البلاغة الجديدة عام 1958 في كتابه تحت اسم: مقال في البرهان: البلاغة الجديدة."(401) هذا الكتاب أو المصنف الذي أعيد طبعه بعد ذلك عدة مرات عام 1970 و 1976 و 1988 و 1992. و كان الهدف منه هو إخراج الحجاج الذي هو عندهما هو " سليل الخطابة و الجدل معا, من دائرة الخطابة و الجدل لذي ظل لفترات طويلة في القديم مرادفا للمنطق نفسه."(402) و قد هلا أولا على تخليص الحجاج من التّهمة المتعلقة بأصله (الخطابة)و هي تهمة المغالطة و المناورة و التّلاعب بعواطف الجمهور و بعقله أيضا, و كذا من " صرامة الاستدلال الذي يجعل المخاطب له في وضع ضرورة و خضوع و استلاب."(403) و الحجاج عندهما يمثل المعقولية و الحرية و هو " حوار من أجل حصول الوفاق بين الأطراف المتحاورة من أجل حصول التسليم برأي آخر بعيدا عن الاعتباطية و اللامعقول اللذين يطبعان الخطابة عادة. و بعيدا عن الإلزام و الاضطرار اللذين يطبعان الجدل."(404) و هذا يعني أن الحجاج عكس العنف بكل مظاهرة المادية و المعنوية , فهو لا يمارس القهر الفكري, بل يحاور بفكر و منطق. و إن خاطب العاطفة.

1.5 . تعريف الحجاج:

يعرّف الباحثين الحجاج من خلال الإشارة إلى موضوعه فنجدهما يقولان: "موضوع الحجاج هو درس تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات و أن تزيد من درجة ذلك التسليم."(405) أما الغاية من الحجاج فتتمثل في جعل " العقول

(401) هاجر مدقن. آليات تشكل الخطاب الحجاجي بين نظرية البيان و نظرية البرهان. مجلة الآداب و اللغات. عدد 5. 2006. جامعة ورقلة. ص 177.

(402) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. د ط. إشراف حمادي صمود. كلية الآداب. جامعة الآداب و الفنون و العلوم الإنسانية. تونس. د ت. 298.

(403) المرجع نفسه. ص 298.

(404) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. ص 298.

(405) المرجع نفسه. ص 299.

تذعن لما يطرح عليها أو يزيد في درجة ذلك ألاذعان."[406] فالحجاج الناجع هو الحجاج الذي يستطيع أن يجعل حدة الإذعان تزيد حدة درجته لدى المتلقي بشكل يجعله يقوم بالعمل المطلوب, أو هو على الأقل ما وفق في جعل المتلقي مهيأ لذلك في اللحظة المناسبة. فالإذعان يحصل من خلال الاقتناع الذي هو غاية الحجاج الذي يقع في منطقة وسطى بين الاستدلال و الإقناع.

و عليه فإن لفظ الحجاج يطلق على العلم و موضوعه أي على النظرية و المحاجة. و هو أيضا العلاقات القائمة بين الفكر و العمل. و الحجاج مثلما هو ليس موضوعيا تماما فهو ليس ذاتيا تماما أيضا, أي أنه ليس إقناعا, لأن الإقناع يقوم على مخاطبة الخيال و العاطفة و تعطيل عمل العقل و حرية الاختيار التي تعد من مقومات الحجاج عندهما و التي تنبني على أساس عقلي.

1.1.5 . أقسام الحجاج:

يقسم بيرلمان و تيتيكاه الحجاج إلى قسمين اثنين.

1.1.1.5 . الحجاج الإقناعي L’argumentation persuasive:

و هو الحجاج الذي " يرمي إلى إقناع الجمهور الخاص .L’auditoire Particulier"[407] فهو غير موجه للنّاس عامة, بل يتوجه إلى فئة مخصوصة فقط.

2.1.1.5 . الحجاج الإقتناعي L’argumentation Convaincante:

و يرمي هذا النّوع من الحجاج " إلى أن يسلم به كل ذي عقل فهو عام." [408]

و يكمن الفرق بين الإقناع و الاقتناع في كون الأول (الإقناع) يقوم فيه الفرد بإقناع نفسه بأفكاره الخاصة.في حين أنه في الثّاني (الاقتناع) فإنّ الغير هو من يقوم بإقناعه دوما.

(406) المرجع نفسه. ص 299.

(407) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. ص 301.

2.1.5 . بين الحجاج و البلاغة:

يرى المؤلفان أن وجود شك في مدى صحة فكرة ما هو الباعث على الحجاج, لذلك فإنّ المحاجة تفرض أن هناك فكرة ما ينبغي تدقيقها و التشديد عليها, لأنه بدون هذا التدقيق تظل غامضة غير واضحة, و بالتّالي لا يمكن فرضها على المتلقي. و من خلال تعريفهما للحجاج على أنه حمل على الإقناع و عمل على ضوئه فقد أمكنهما لم شتات الخطابة الموزع بين الفلسفة و الجدل و الأدب.

كما أنّ الخطابة متعلقة دوما بمقام معين تعمل فيه على إقناع جمهور معين, لذلك نجد أنّ غاية الباحثين من تقريبهما بين الحجاج و الخطابة هو الإلحاح على أنه لا وجود لحجاج بدون جمهور يرمي غلى إقناعه بالتّسليم و المصادقة على ما يعرض عليه, و لكن هذا لا يعني أنّ الخطابة و الحجاج عندهما شيء واحد, بل هما شيئان مختلفان و يكمن وجه الاختلاف بينهما في وجهتين.

1.2.1.5 . من جهة نوع الجمهور:

فجمهور الخطابة يتمثل في جماعة أو حشد مجتمع في السّاحة أو في قاعة معدة لذلك تستمع إلى الخطيب.

أما جمهور الحجاج في نظرهما فيمكن أن يكون عاما أو خاصا و حاضرا أو غائبا.

و يمكن أيضا أن يكون الحجاج بين اثنين متحاورين أو بين المرء و نفسه.

2.2.1.5 . من جهة نوع الخطاب:

إذا كانت الخطابة قد حصرت الخطاب كله فيما هو شفوي فقط فإنّ الخطاب في الحجاج من وجهة نظر الباحثين يكون شفويا أو مكتوبا على حد سواء, و إن كانا يلحان على المكتوب بشكل أكبر حيث يستقيان أمثلتهما من المكتوب دائما.

2.5 . منطلقات الحجاج:

يرى الباحثان أنّ للخطاب منطلقات حجاجية تقوم على المقدمات الّتي تؤخذ كمسلمات من طرف الجمهور, حيث يعد اختيار و طريقة صوغ و ترتيب هذه المقدمات في حد ذاته قيمة حجاجية . حيث يعد الفصل بين منطلقات الحجاج و تقنيات الحجاج فصلا متكلفا, لكنه فصل

---

(408) المرجع نفسه. ص 301.

منهجي, و الخطيب عند استعماله لهذه المقدمات كمنطلقات لحجاجه فهو يعول على تسليم الجمهور بها.

1.2.5 . المقدمات:

و المقصود هنا بمقدمات الحجاج تلك " المقدمات المتعلقة بالقضايا التي يكون منها الانطلاق Proposition de départ ."[(409)] و نجد أن هذه المقدمات متعددة و تتمثل في .

1.1.2.5 . الوقائع Les faits:

و تتمثل هذه الوقائع في "ما هو مشترك بين عدة أشخاص أو بين جميع النّاس."[(410)] بحيث لا تكون عرضة للشّك أو الرّفض (الدّحض). و هي نوعان وقائع مشاهدة و وقائع مفترضة.

2.1.2.5 . الحقائق:

و هي أنظمة أكثر تعقيدا من الوقائع حيث " تقوم على الربط بين الوقائع و مداره على نظريات علمية أو مفاهيم فلسفية أو دينية."[(411)] و من شروطها أن تكون معروفة و مبنية على أسس فلسفية أو علمية أو دينية.

3.1.2.5 . الافتراضات Les présomptions:

---

(409) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. ص 308.
(410) المرجع نفسه. ص 308.
(411) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ص 309.

مثلها مثل الوقائع و الحقائق " تحظى بالموافقة العامة L'accord universel و لكن الإذعان لها و التسليم بها لا يكونان قويين حتى تأتي في مسار الحجاج عناصر تقويهما."[412] فهي تحدد بالقياس إلى العاديLe normal و المحتملLe vraisemblable اللذين يتغيران بتغير الحالات.

4.1.2.5 . القيم Les valeurs:

و مدار الحجاج كله يكون عليها و " لئن خلت منها الاستدلالات ذات البعد العلمي و العلوم الشكلية Sciences formules فإنها تمثل بالنسبة إلى مجالات القانون و السياسة و الفلسفة غذاء أساسيا فهي التي يعول عليها في جعل السامع يذعن لما يطرح عليه من آراء."[413] و هذه القيم على نوعين, قيم مجردة كالعدل و الحق, و قيم محسوسة كالوطن و المسجد.

5.1.2.5 . الهرميات Les Hiérarchies:

و هي على علاقة مباشرة بالقيم إلأنّ " القيم ليست مطلقة و إنما هي خاضعة لهرمية ما فالجميل درجات و كذلك النافع."[414] و تنقسم هذه الهرميات إلى نوعين, مجرد كاعتبار العدل أفضل من الحيف, و محسوسة كاعتبار الإنسان أعلى درجة من الحيوان.

و الهرميات أهم من القيم ذاتها في البنية الحجاجية, كون القيم و إن سلمت بها جماهير متعددة إلاّ أن درجة التّسليم بها تكون مختلفة من جمهور لآخر, و هذا ما يعني أن القيم درجات و ليست كلها في مرتبة واحدة.

6.1.2.5 . المعاني أو المواضع Les lieux:

تعد المعاني أو المواضع " عبارة عن مخازن لحجج أو مستودعات حجج Magasine des arguments."[415] و هي من الطّرائق التي يستخدمها الخطيب, حيث تحدد خصائص الأمم و الجماعات الفكرية. و تنقسم إلى مواضع مشتركة تطبق على جميع العلوم كالسياسة و الفيزياء. و مواضع خاصة تكون حكرا على مجال علمي أو نوع خطابي لا تتعداه إلى سواه. وتكون على نوعين:

---

(412) المرجع نفسه. ص 309.

(413) المرجع نفسه. ص 310.

(414) المرجع نفسه. ص 310.

(415) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ص 311.

1.6.1.2.5 . مواضع الكم Lieux de quantité:

و هي المواضع التي " تثبت أن شيئا ما أفضل من شيء آخر لأسباب كمية."[(416)] فهي تعتمد مبدأ الأفضلية.

2.6.1.2.5 . مواضع الكيف Lieux de qualité:

" و هي ضد الكم من حيث إنها نسيج وحدها فهي واحد ضد جمع, و تستمد قيمتها من وحدانيتها تلك."[(417)] و تعد هذه المواضع واحدة من أهم مدارات الحجاج, و تستخدم من قبل الذين يهدفون إلى تغيير النمط السائد, كونه يحظى بتأييد الأغلبية كما يزعم ذلك.

جميع المقدمات تمثل منطلقات للحجاج يعتمد عليها الحس المشترك الموجود لدى مجموعة لسانية واحدة فهي مجمع معتقداتها و مناط موافقاتهاثم أنّ هذه المقدمات تخضع للاختيار الّذي يخضع بدوره لطريقة العرض, و اختيار و عرض الحجج عمليتان متداخلتان حيث يمكن عدهما عملية واحدة,و تعد نجاعة العرض من أهم الشّروط لكل حجاج هدفه التّأثير في الجمهور و تهيئتهم للعمل المباشر سلوكا, و توجيه أذهانهم وجهة معينة فكرا.

و نظرا لكون المقدمات تخضع للاختيار فالمتلقي هو من يفرض مقدمات دون سواها, فلا يفرض منها ما هو معروف لديه حتى لا يكون ذلك ثقيلا على نفسه.

3.5 . تقنيات الحجاج:

يقوم الحجاج حسب الباحثين على تقنيتين أساسيتين هم الفصل و الوصل.

1.3.5 . طرائق الوصل أو الاتصال Procédés de liaison :

و تعمل هذه الطرائق على التقريب " بين العناصر المتباينة بدءا و في الأصل و تتيح إقامة ضرب من التضامن بينها لغاية هيكلتها أي إبرازها في هيكل أو بنية واضحة, أو لغاية تقويم أحد هذه العناصر بواسطة الآخر تقويما إيجابيا أو سلبيا."[(418)] بحيث تعمل هذه الطرائق على جعل

(416) المرجع نفسه. ص 311.

(417) المرجع نفسه. ص 311.

(418) عبد الله صولة. الحجاج: أطره و منطلقاته و تقنياته من خلال "مصنف في الحجاج . الخطابة الجديدة" لبرلمان و تيتيكاه. ص 324.

حكم مسلم به في الواقع من خلال الربط بينه و بين أحكام أخرى مسلم بها. و تستعمل المثال أو الشاهد لدعم رأي ما أو التمثيل و الاستعارة.

2.3.5 . طرائق الفصل أو الانفصال Procédés de dissociation:

و تتمثل في " التقنيات المستخدمة لغرض إحداث القطيعة و إفساد اللحمة الموجودة بين عناصر تشكل عادة كلا لا يتجزأ أو على الأقل كلا متضامنة أجزاؤه في نطاق نظام فكري واحد."[(419)] حيث يحدث فصل داخل المفهوم الواحد, فهو يعمل على الفصل بين الأشياء المتشابهة التي تكون لها عناصر مشتركة فتحاول إحداث قطيعة بينها.

6 . الحجاج في الإعلان:

تبنى الخطاب الإعلاني لدى شركات الهاتف النقال جملة من الوسائل و جعل منها أدوات حجاجية عملت على إقناع المتلقي (المشاهد) بجدوى هذا الخطاب و مدى أهميته, و عملتى على خلق رد فعل تلقائي منه تجاه هذا الخطاب.

و من ضمن هذه الوسائل الحجاجية التي تبناها هذا الخطاب نجد:

1.6. الحجاج باللّغة:

لقد أصبحت اللغة في حقل النظرية التداولية أداة أو وسيلة حجاجية بعدما كانت وسيلة للتواصل و الإبلاغ فقط مع سوسير و سابقيه, و نحن هنا إذ نقول الحجاج باللغة فإننا نشير إلى مباحث علم البلاغة التي استثمرها أو استعان بها هذا الخطاب عن وعي من, أو عن غير وعي.

---

(419) المرجع نفسه. ص 324.

و نجد من بين هذه المباحث العناصر التالية

1.1.6 التّكرار:

و يعد التّكرار مبحث من مباحث علم البلاغة و يصنف مع علم المعاني.كما يعدّ أيضا ظاهرة إبداعية اقترنتكثيرا بالنّصوص الإبداعية, و بشكلأكثر بالشّعر المعاصر, كما أن النص القرآني حافل بالتكرارت, كتكرار بعض الآيات, أو بعض القصص القرآني كقصة موسى عليه السّلام مع قومه من بني اسرائيل, و غيرها من القصص القرآني.

و يعمل التّكرارعلى تسليط الضّوء علة نقطة معينة في العبارة,أو على عبارة معينة في النّسيج الخطابي, من أجل جذب اهتمام المتلقي إليها, إذ يحمل دلالة قيمة تفيد في تفسير الرسالة اللغوية للخطاب, لذا نجد الخطاب الإعلاني قد استثمر هذا العنصر و بشكل كبير في جميع وصلاته حيث نجد نفس الوصلة الاشهارية تتكرر على مدار ساعات اليوم, أو على مدار أيام متوالية من أجل ترسيخها في ذاكرة المتلقي و جعلها مألوفة لديه, و من ثم تصبح كشيء ضروري لحياته لا يمكن الاستغناء عليه. و كذا من أجل ضمان وصولها لأكبر عدد ممكن من المتلقين (المشاهدين), لتوسيع قاعدة الانتشار:

كما يعمل هذا الخطاب أيضا على تكرار بعض العبارات في وصلة اشهارية كتكرار اسم الشركة أو اللوقو(العلامة الاشهارية للشّركة).من أجل ترسيخ هذه العلامة في ذهن المتلقي (المشاهد)حتى لا تترك مجالا للنّسيان, مثلما نجده في وصلة نجمة عند تقديم الأحوال الجوية " نجمة تقدم لكم الأحوال الجوي ... نجمة ديما معاكم".

و الشيء نفسه في وصلات جازي " مع آلو OTA استفيدوا من ... آلوOTA سهل و ذكي".

أو قد تكرر نفس الوصلة الإعلانية لمنتجات مختلفة لنفس الشركة, مثلما نجده عند جازي في إعلاناتها لشهر رمضان, حيث قدمت نفس الوصلة و لكن مع تغيير لاسم المنتج فقط " يحلى رمضان مع جازي كلاسيك ..." و " يحلى رمضان مع جدازي كونترول ..." .و " اكتشفوا جازي Méga Pake الجديد هواتف مولتي ميديا رائعة بأسعار مذهلة." فكل هذه المنتجات تم تقديمها بنفس الوصلة الإعلانية التي كان بطلها أحد الوجوه التلفزيونية (صفيان داني) و هو يحكي عن أجواء شهر رمضان, ليختم حديثه ب" توحشت ماكلة يما". فهذه الومضة روجت بها جازي للمنتجات الثلاث المختلفة.

و نفس الشّيء مع نجمة L'impossible ,حيث استعانت الشّركة بأسماء مشهورة في مجالات مختلفة كورة الجزائرية و حفيظ دراجي و أمازيغ كاتب و بعض وجوه الفريق الوطني لكرة القدم و

غيرهم, للحديث عن تجربتهم ليختم حديثهم بنفس العبارة دوما من طرف صوت نسائي " نجمة المستحيل ماتشي حنا."

و هناك أيضا تكرار العبارة و لكن بلغة مختلفة مثل Storm مستور, أو impossible و المستحيل, و Algériennes و الجزائريين. و غيرها

و مثل هذا النوّع من التكّرار يعمل على ترسيخ اسم العلامة التّجارية للشّركة من أجل خلق الأفضلية لدى المتلقين (المشاهدين).

2.1.6 السّجع:

و هي ظاهرة تطبع النّصوص الأدبية بصفة عامة سواء الشّعرية أو النّثرية و إن كانت تكثر في هذه الأخيرة بوجه خاص,و السّجع هو اتفاق فاصلتين من النّثر على حرف واحد, من دون التّقيد بالوزن,حيث يقابل القافية في الشّعر.

و لقد استعاره (السّجع) الخطاب الاشهاري لما فيه من عذوبة اللّفظ و سهولة حفظه. مثل " مع آلو OTA استفيدوا ... من سحور لفطور." تكرار صوت (حرف الرّاء. و " آلو ياختي كاش نوفال كيفاش كان الاستقبال..." و كذلك " عيش لافي عيش لامور عيش لافي بور توجور مع الغالي و الحبيب تقعد ديما قريب جازي كارت في يديك فرح لعزاز عليك." وحوّل إلى أوّل." و " حنا هكذا دايرين وقت الشدة نترافدوا, ديما في قلوبنا زاهيين و اللي زعفان ما نعاندوا, حنا جزايريين في الهدرة نشدوا, حنا ديما زاهيين لجناس علينا شهدوا بلادي يا بلاد الخير, تاريخك تاريخ كبير." " آلو ولاّ والو."

3.1.6 التّشبيهات و الاستعارات:

حفلت الوصلات الاشهارية المقدمة من طرف شركاتالهاتف النقّال بشتى أنواع التّشبيهات و الاستعارات و الكنايات. مثل " هاذ رمضان مع آلو OTA صح كلامكم." فقد دأب المجتمع على استعمال هذا الأسلوب في المناسبات الخاصة مثل "صح رمضانكم و صح عيدكم و صح فطوركم, فهو نوع من التّهنئة بشيء جيد و سعيد, و مع جازي تحول الكلام إلى حدث سعيد يستحق الفرد التّهنئة علية فهذا نوع من التّشبيه حيث شبّه الكلام بالعيد مثلا, و هذا على سبيل الإشارة إلى تدني الأسعار و مجانيتها.

" شبكتنا تغطيكم أينما كنتم."فهنا شبهت الشّبكة بالغطاء, و هو من باب تشبيه المجرد بالمحسوس.

و نّجمة اسمع النّور اللّي فيك عالم جديد يناديك." اسمعالنّور, والنّور لا يسمع بل يرى و لكن سماع النّور هنا كناية عن نجمة التي هي شركة للهاتف و في الهاتف نسمع و لا نرى و مثل هذه الصورّة حملت علاقة ثلاثية بين النجمة و النّور و الهاتف فالنّور الذي يرى أصبح صوتا يسمع من خلال هذه النّجمة التي هي في الحقيقة الهاتف.

4.1.6 . أساليب الأمر:

و قد حفلت الوصلات الإعلانية بمثل هذه الأساليب, و هو ليس أمر حقيقي نظرا لتساوي سلطة المرسل مع سلطة المتلقي, و إنما ورد على سبيل التحفيز و المبالغة بتقدير قيمة المنتج المقدم, مثل اتصل.., احصل على ..., عبء..., استفد من ..., اكتشف العرض الجديد ... سارع ... و غيرها من مثل هذه الأساليب.

2.6الحجاج بالسّخرية:

و هنا لا نقصد سخرية المرسل من المتلقي, من أجل إثبات صحة رأيه أو وجهة نظره فمثل هذا النّوع من الحجاج مكانه ليس هنابل المقصود بالسّخرية هنا هو اللّجوء إلى استخدام نوع من الفكاهةو الدّعابة التي ألفها المشاهد الجزائري, من خلال توظيف وجوه فكاهية معروفة أو حتى توظيف الحصص الفكاهية التي لاقت رواجا كبيرا لدى المشاهدين, مثل توظيف شركة موبيليس لسيت كوم (جمعي فاميلي) الذي عرف انتشارا واسعا على مدار ثلاث سنوات متتاليات, حيث وظّفت الممثلين للترويج لمنتجاتها بأسلوب ساخر و مضحك, مثلما نراه في الوصلة الاعلانية التي تتحدث عن Mobi contrôle حينما جاء قادة يسأل عن جمعي, و طلبت منه ابنة جمعي أن يهاتفه ليعرف مكانه و أجابها بأن الهوارية (زوجة قادة) خلاص لها لكريدي, فاعلمته عن Mobi contrôle و هو العرض الذي يحوي على مكالمات مجانية نحو موبيليس و 300 دقيقة مهداة نحو جميع الشّبكات.

و نفس الأمر نجده عند جازي الذي وظّف شخصية المفتش الطّاهر و لابرانسي و لكن بتقنية الرّسوم المتحركة.

و عند نجمة في عرض Storm مستور وظّفت شخصية كمال بوعكاز بأدوار متعددة لشرح هذا العرض الجديد الذييمكّن للشّخص من تعبئة رصيده حتى و إن نسي رقمه أو كان يجهله في الأصلباعتبار وجود نسبة من المجتمع الجزائري تعاني الأمية و متمثلة في كبار السّن خاصة.

و قد لجأ الخطاب الإعلاني إلى توظيف الفكاهة و الدعابة لأنها تكسر الروتين المعهود و تحدث أثرا في المتلقي, و تجعل تذكر المنتج عملية سهلة كلما تم تذكر هذه الدعابة التي تعرض دائما الوجه المضحك من الحياة.

و استخدام الوجوه الفكاهية المعروفة تجذب المتلقي إلى المنتج و تشده إليه و تشركه في مغامرة التجريب بسبب الروح المرحة التي تبثها هذه الشخصيات في الخطاب الإعلاني.

3.6 . الحجاج بالموسيقى:

و إذ نقول هنا الموسيقى فإننا نشير أيضا إلى العناصر المرافقة لها و هي الرّقص و الشّعر الغناء. وهذه كلها فنون مرتبطة بصلة وثيقة فيما بينها, حتى لا يكاد أحدها يستغني عن الآخر. فالشّعر إضافة إلى احتوائه على الوزن و الايقاع, فمن السهل أن يلحن و يغنى , فكثيرة هي القصائد الشعرية المشهورة التي تحولت إلى أغاني ذاع صيتها بين العامة و الخاصة, مثل قصيدة أراك عصي الدمع لأبي فراس الحمداني, و قصيدة زيديني عشقا لنزار القباني, و قصيدة سقط القناع لمحمود درويش و غيرها.

و كلما ذكرنا الغناء تبادر إلى الأذهان الرّقص نظرا للعلاقة التّلازمية التي تربط بين الاثنين, فلا رقص من دون غناء, كما لا غناء من دون موسيقى, إن كان الغناء تموجات صوتية فإن الرّقص هو الآخر تموجات و لكنها جسدية, الفرق أن حركة الرّقص ملحوظة, و حركة الموسيقى تدرك عن طريق حاسة السّمع, و لقد كتب حول موضوع الغناء ككتاب الأغاني لأبي الفرج الأصفهاني, و الغناء في الإشهار يمثل دعما للكلام, حيث يتم تقديم المنتج في صورة أكثر وضوحا, و يعمل على اختزال المسافة بين الشّعر و الجمهور.

4.6الحجاج بالصّورة:

و الحقيقة أنّ الإعلان التّلفزيوني يعتمد في الغالب على الصّور المتحركة لا الجامدة, نظرا لاعتماده على حركة الشّخصيات, باعتبار أن الوصلة الإعلانية عبارة عن خطاب سردي تقوم الشّخصيات بتمثيله, فهي سيناريو له بداية و وسط و نهاية, بحيث يعمل الأداء الحركي للخطاب على إصباغ معاني جديدة لم يتضمنها الخطاب المكتوب أو الشّفوي, و يجعله ينفتح على جملة من التّأويلات المتعددة و دلالات مفتوحة لا تنتهي.

و يركز الخطاب الإعلاني التّلفزيوني على هذا العنصر بشكل كبير,لأنّ استخدامه يمكن من جذب انتباه المتلقي (المشاهد) وإثارة اهتمامه نظرا لما يحمله من عنصر التّشويق,إضافة إلى أنّه يؤدي إلى درجة عالية من التّذكر لاسم المنتج أو العلامة التّجارية ككل.

ثالثا:الإستراتيجية اللّغوية

1 .ماهية اللّغة

تعد اللّغة ظاهرة إنسانية عرفتها المجتمعات البشرية في أقدم صورها حيث مارسها الإنسان منذ آلاف السنين هي عمره على هذه الأرض, ثم فكر بعد ذلك أن يدونها من أجل أن يخلدها للأجيال التالية و كان ذلك في العراق و مصر منذ نحو خمسة آلاف سنة . " فاللغة ظاهرة تميز الإنسان عن الكائنات الأخرى, اختص بها فأتاحت له أن يكوّن المجتمع و أن يقيم الحضارة و

لذا فاللغة و المجتمع و الحضارة ظواهر متداخلة و متكاملة."[420]فما بين الإنسان و اللّغة مثل ما هو بينه و بين الحياة,فحين وجدت اللّغة فتح الإنسان العالم المغلق في دواخله, فانطلقت روحه إلى فضاء أرحب بمساعدة اللغة التي أخرجته من عالمه الحيواني المتخلف إلى الانضواء في جماعات بشرية, و على تطوير قدراته في التفكير و تنظيم حياته و تحقيق التقدم الذي وصل إلى ما هو عليه اليوم . " فاللغة مبدع الحياة, و عالم اللغة هو العالم الوحيد الذي حقق العناصر الأساسية لموضوع البحث الإنساني, و اللغة بعد هذا الوسيلة التي لا وسيلة سواها لنشأة المعرفة الإنسانية و تكوينها و تطورها أو جمودها في بعض الحالات."[421]

و يمكن أن تعرّف اللّغة على أنّها " نظام من الرموز التوفيقية Arbitrary simbol تستخدمه مجموعة بشرية للتواصل فيما بينها, و عندما نقول أن شخصا يتقن لغتين مثلا فإننا نعني أنه يعرف نظامين مستقلين من الرموز التوفيقية و بالتالي يستطيع أن يتواصل مع أفراد ينتمون إلى مجموعتين بشريتين لكل منهما نظامها اللغوي الخاص."[422]فاللّغة نظام من الرّموز و العلامات المتعارف عليها بين أفراد المجموعة اللّغوية الواحدةتستعمل من أجل التّواصل فيما بينهم.

و جميع اللّغات عبارة عن منظومة رمزية منطوقة أو مكتوبةأي أنّها تستخدم الكلام كوسيلة للتوّاصل فيما بين أفرادها بالدّرجة الأولىإذّها " وسيلة يطل الإنسان من خلالها على العالم بكافة تمظهراته يفهم عنه و يفهمه و تترجم من خلالها الأفكار المجردة و العواطف و الأحاسيس المضمرة في قالب مسموع بالأصل, ثم في قالب مكتوب, كإجراء تال, افتراضا أو تحقيقا, فهي الكلام الذي نستعمله, و منها ننتهي إلى النص الذي نقرأه."[423]و إذا كانت اللّغة منطوقة أو مكتوبة فكونها منظومة رمزية تحقق التواصل بين أفرادها فإننا يمكن أن ندخل ضمنها لغة الصم البكم التي هي الأخرى عبارة عن منظومة رمزية, و لكنها تتضمن رموز و إشارات يتم العبير عنها بالأيدي بدل الكلمات.

والنّاس يتواصلون بالمشافهة أي باستخدام اللغة المنطوقة و المسموعة في آن واحد, أو باستعمال الكتابة فيلجئون هنا إلى استخدام الرموز المكتوبة أو المرئية .

(420) محمود فهمي حجازي. مدخل إلى علم اللغة. د ط. دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع. القاهرة. د ت. ص 9.

(421) هادي نهر. الكفايات التواصلية و الاتصالية في دراسات في اللغة و الإعلام. ط 1. دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع. الأردن. 2003. ص 24.

(422) فارع شحدة و آخرون. مقدمة في اللغويات المعاصرة. ط 3. دار وائل للطباعة و النشر. الأردن. 2006. ص 11.

(423) سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الاجراء. ص24.

و نظرا لكون الكلام ضروري لحدوث عملية التواصل " لذلك يكتسب الأطفال اللغة المحكية حولهم دون تعلم مباشر ممن يعيشون معهم, أما في حالة الكتابة فيحاج الطفل إلى تعليم مباشر و منتظم في المدارس أو في أماكن أخرى."(424)

و هناك من يعرّف اللغّة مقرنا إياها بوظيفتها في الحياة و المتمثلة في التوّاصل و التّبليغ إذ لا يعدها "نشاطا فيزيائيا يفرزه الدماغ و يلفظه جهاز النّطق و تنقله أمواج الأثير إلى آذان السامع فقط, و ليست مجرد وسيلة يعبر بها الفرد عن أفكاره و مشاعره فحسب, لأننا لا نستطيع أن نفصل الوظيفة عن محتواها, و لا نجرد الأصوات من المعاني التي تحملها و الأثر الذي تحدثه في السامع و المتلقي و الوسط الذي تجري فيه."(425)

و كل التّعريفات التي صاغها اللّغويون للّغة نجد أنها لا تشتمل على ماهية اللّغة فقطو إنّما على وظيفتها أيضا بدءا بابن جني الّذي رأىبأن اللّغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم إلى آخر تعريف متداول بين لغويي الغرب,الّذي ينص على أن اللّغة " قدرة ذهنية مكتسبة يمثلها نسق يتكون من رموز اعتباطية منطوقة يتواصل بها أفراد مجتمع ما."(426)

و إذا كانت اللّغة منظومة رمزية أوجدتها حاجات وظيفية فإنها تتشكل أيضا بشكل لا واعي لا دخل لإرادة الفرد فيها فهي " مصطلح يستعمله الناقد أو اللساني للدلالة عن رموز متعارف عليها صوتيا, أو دلاليا داخل المجتمع, و هي تتكون و تشكل بعيدا عن إرادة الفرد تتجدد مفرداتها في ظل الاكتشافات العلمية و الصناعية و التكنولوجية, و في ظل النهضات الفكرية و الفنية و تمسك الأمم بهوياتها الحضارية, و تضعف اللغة إذا اغتربت على يد أبنائها و ضعف شعورهم بهوياتهم الحضارية."(427)

1.1 .بين اللّغة و اللّهجة:

يعد الخط الفاصل بين اللّهجة و اللّغة رفيع جداما يدفعنا إلى التّساؤل دوما هل اللّغة هي اللّهجة أم لا؟. و إذا عدنا إلى تعريف اللغّة نجد أنّها " كل وسيلة لتبادل المشاعر و الأحكام كالإشارات و الأصوات و الألفاظ : و هي ضربان: طبيعية كبعض حركات الجسم و الأصوات

(424) فارع شحدة. مقدمة في اللغويات المعاصرة. ص 11.

(425) هادي نهر. الكفايات التواصلية و الاتصالية في دراسات في اللغة و الإعلام. ص 53.

(426) علي القاسمي. علم المصطلح أسسه النظرية و تطبيقاته العلمية. ط 1. مكتبة لبنان ناشرون. لبنان. 2008. ص 54.

(427) سمير سعيد حجازي. قاموس مصطلحات النقد الأدبي المعاصر. ط 1. دار الآفاق العربية. مصر. 2001. ص 36.

المهملة. و وضعية و هي مجموعة رموز أو إشارات أو ألفاظ متفق عليها لأداء المشاعر و الأفكار. و لغة الحيوان تقوم على الحركة و تعبر عن حاجة مباشرة. في حين أن لغة الإنسان تعبير مقصود فيه خيال يرتبط بالمستقبل. و اللغة الوضعية ظاهرة اجتماعية تختلف باختلاف الشعوب و العصور. (اللغة ما يعبر به كل قوم عن أغراضهم)."(428) و من هنا يمكننا القول أن اللغة هي مجموعة من المفردات الكلامية و قواعد توليفها التي تميز مجموعة بشرية معينة عن المجموعات الأخرى, و يمكن بواسطتها تبادل الأفكار و الرغبات و المشاعر. أو هي مجموعة من الألفاظ و الصيغ اللغوية و خصائص الأساليب الكلامية التي يتميز بها كل شخص عن الآخرين, سواء أكان لفظا أو كتابة فنقول لغة المعري أو لغة ابن خلدون أو لغة العسكريين أو لغة القانونيين و غير ذلك.

أما اللّهجة فهي " أسلوب النطق الذي يميز شخصا عن غيره في التعبير الشفوي."(429) و عليه فما بين اللّغة و اللّهجة أنّ الأولى تتعلق بالجماعات في حين أن الثّانية متعلقة بالأداء الكلامي للفرد فقط.

2.1 . لغة الأم:

قامت منظمة اليونسكو عام 2000م باستحداث يوما عالميا للغة الأم, كان الهدف من هذه الخطوة هو حماية تراث العالم اللّغوي من الانقراض, فقد رأت أن تعلم لغة الأم أمر واجب, في حين أنتعلم اللّغة الأجنبية أمر ثانوي و ليس أساسيا. حيث أعطت للغة الأم كل الأهمية و رأت أنه من حق كل إنسان في العالم أن يأخذ نصيبه من التّعليم بلغته.

1.2.1 . نشأة مفهوم لغة الأم:

نشأ مفهوم لغة الأم مع نهاية الحرب العالمية الثانية حين بدأت الدول المستعمرة تنال استقلالها " في الوقت الذي تنادي الأقليات الأوربية بتعلم لغاتها الأم, و حصل الحديث عند ذلك عن الهوية و الوحدة الوطنية و الشخصية و التنمية الشاملة و نظام الحكم, و قد شعرت الدول الحديثة الاستقلال بتعزيز اللغة الأم بعد أن تضاءل دورها أو كاد يتلاشى أيام حكم المستعمر و ذلك من خلال اعتماده لغة رسمية للوطن و لغة تعلم و تعليم."(430)

(428) المعجم الفلسفي. مجمع اللغة العربية القاهرة. الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية. 1983. ص 162.

(429) مجدي وهبة. معجم مصطلحات الأدب انكليزي فرنسي عربي. ص 3.

(430) صالح بلعيد. اللغة الأم و الواقع اللغوي في الجزائر. مجلة اللغة الأم. جماعة من المؤلفين. جامعة تيزي وزو. دار هومة. الجزائر. 2009. ص 3.

2.2.1 . تعريف لغة الأم:

إن الجدير بالذكر هو أنه لا يوجد اتفاق كامل حول مفهوم لغة الأم حيث قدمت تعريفات من وجهات نظر مختلف

1.2.2.1 التّعريف التّقليدي:

و ينظر هذا التعريف إلى لغة الأم كمقابل للعبارة الفرنسية Langue maternelle و بهذا تكون الترجمة الحرفية هي لغة الأمومة. و في معناها اللغوي " هي تلك اللغة التي تتلاغى بها أم الطفل."[431] فهي لغة يلتقطها الطفل مباشرة من أمه نظرا لملازمته الدائمة لها في مرحلة عمره الأولى فيتعلمها منها دون تدريس.

2.2.2.1 التّعريف المنشئ:

" نعلم أن اللغة وليدة البيئة, و الطفل أسير مجتمعه فهو لا يتعلم كلام أمه البيولوجية كما يعتقد البعض أو كما يدل عليه المفهوم اللغوي للغة الأم لأن الطفل في مرحلة التلغية ينغمس في الحمام اللغوي عن طريق أبويه أو الوسائل التي يسمع لها يوميا تلفاز ألعاب لغوية, كما قد يسمع في البيت والدين يتكلمان لغتين مختلفتين و يصبح لسانه مزدوجا, و يتأثر بهما و بالشخص الأقرب إليه."[432] فقدرة الإنسان لا تتأتى له من التّعلم الواعي بل يكتسب اللّغة من خلال الاحتكاك بغيره, لذلك فالطّفل يأخذ لغته من البيئة المحيطة به, حيث يتكلم لغة يسمعها ممن يحيطون به, فلو نشأ الطفل مثلا في محيط بعيد عن أمه فسيأخذ لغة هذا المحيط الذي سيشكل بالنسبة إليه لغة الأم.

3.2.2.1 التّعريف السّياسي:

يقول هذا التّعريف بأنّ " اللغة ليست أداة اتصال نعبر بواسطتها عن المفاهيم و الأفكار فقط فهي عنصر جوهري من العناصر المكونة للثقافة و الفكر و الهوية و اللغة الأم التي يقر بها هذا التعريف هي التي يرسمها الدستور, و هي لغة أم فوق كل الأداءات اللغوية التي يتواصل بها المجتمع, و يعد باقيها لهجات لا ترقى حضوتها."[433] فقوة الدستور تمنح للغة ما القوة و الصدارة على اللغات التي تجاورها في الاستعمال في مجتمع واحد فتهمشها, لذا يعول على

(431) المرجع نفسه. ص 5.

(432) المرجع نفسه. ص 5.

(433) صالح بلعيد. اللغة الأم و الواقع اللغوي في الجزائر. مجلة اللغة الأم. ص 6.

المدارس من أجل حفظ التوازنات اللغوية الإيجابية في تعميق مفهوم اللغة الأم و هي اللغة الرسمية.

4.2.2.1 التّعريف الدّيني:

و هذا التّعريف قريب من التّعريف السياّسي للغة و يرى بأنّ اللّغة هي " جنس الدين مقدس, و اللغة نزل بها الدين مقدسة و تعلو عن كل أشكال التواصل الأخرى فهي اللغة الأم."[(434)] فالدّين يضفي قداسة على اللّغة التي يتبناها فتبجل و تحترم و تمنح سلطة على اللّغات الأخرى, و تمارس نفوذا كبيرا عليها,مثلما هو الحال بالنّسبة للّغة العربية عند المسلمين فكونها اللّغة التي نزل بها القرآن و لغة أهل الجنة منحها قداسة لا تضاهى,و جعل منها اللّغة الأولى ذات السّطوة و الحظوة في كل البلاد العربية.

5.2.2.1 للتّعريف الشّعبوي:

ويرى هذا التّعريف في اللّغة الأم " لغة المساواة و تكافؤ الحظوظ تعمل على تجنب التمييز بين اللغات و الفئات. و كل لغة تواصل في البلد هي اللغة الأم."[(435)] وهذا التّعريف يستند إلى مبدأ تكافؤ الفرص بين اللّغات المتعددة في المجتمع الواحد,حيث تأخذ كل منها تسمية اللّغة الأم فلا تعلو لغة على لغة أخرى.

6.2.2.1 التّعريف اللّساني:

و يقول هذا التّعريف بأن لغة الأم "هي تلك اللّغة التي يتلقاها في المحيط المدرسي مهما تكن الوضعية الشّرعية لتلك اللّغة,و التي يعيش فيها التّلميذ."[(436)] فشرط أي لغة لتكون لغة الأم أن تلقن في المدرسة. فكل لغة تلقن في المدرسة تكون لغة الأم بالضرورة.

(434) المرجع نفسه. ص 7.

(435) المرجع نفسه. ص 7.

(436) لويز بلن. ضمن صالح بلعيد. اللغة الأم و الواقع اللغوي في الجزائر. مجلة اللغة الأم. ص 7.

2 .الواقع اللّغوي في الجزائر:

إنّ إلقاء نظرة على الخريطة اللّغوية في الجزائر يظهر وجود ثلاث محاور لغوية كبرى تتمثل في العربية و الأمازيغة و الفرنسية حسب درجة الاستعمال, حيث تنحصر العربية الفصحى و الفرنسية في فئة قليلة من المثقفين فقط فاسحة المجال أمام الدارجات لتهيمن على الواقع اللغوي في الجزائر, دون إغفال الأمازيغية التي لها نصيب من الاستعمال في مناطق محددة بذاتها رغم انقسامه هي الأخرى إلى خمس لهجات (الشنوية و المزابية و الشاوية و القبائلية و الترقية) مع غياب كلي للغة موحدة تجمع هذه اللهجات الخمس.

و يمكن الحديث عن هذه اللغات من خلال تواجدها في الجزائر حسب تعاقبها الزمني في الوصول إليها.

1.2. اللّغة الأمازيغية:

و " تعد في المناطق الناطقة بها اللغة الأم رغم محدودية مستعمليها, حيث لا يوظف غيرها في الريف و داخل البيوت و عند كبار السن."[437]. و يجمع المؤرخون على أنّ الأمازيغ هم السّكان الأصليين في الجزائر,حيث ورد في الأطلس الصّغير " الجزائريون الأولون كانوا برير."[438]و قد سادت اللّغة الأمازيغة بشكل مطلق و متفرد على الوضع اللّغوي إبان المرحلة ما قبل الميلاد إذ " علينا العودة إلى الألف الثانية قبل الميلاد لنجد المغرب* متجانسا لغويا."[439] ففي هذه الحقبة من التّاريخ كانت اللغة الأمازيغة هي السّائدة, و قد استعملت في كتابتها " خط التيفيناغ الذي توسم به هذه اللغة."[440] و تذهب معظم الاعتقادات إلى أن الملك النّوميدي ماسينيسا (ماس أنسن أي سيدهم) هو مبتكره (مبتكر خط التّيفيناغ).

و لكن مع نهاية الألفية الثّانية قبل الميلاد أخذت في التّراجع حيث انحصر دورها في الاستعمال اليومي من أجل التّواصل بين عامة الشّعب فاسحة المجال للّغات المستعملة في ذلك العصر لتجري على ألسنة رجال العلم و السّياسة الأمازيغ. و قد ازداد وضعها سوءا مع توالي الموجات الاستعمارية على الشمال الإفريقي من رومان و وندال و بزنطيين.

2.2 .اللّغة العربية:

وصلت إلى الجزائر مع وصول الدّين الإسلامي الذي لاقي معارضة شديدة من قبل السّكان الأصليين, هذه المعارضة التي ألقت بظلالها على اللغة التي تعد وعاء حاملا لهذا الدّين, و نجد ابن خلدون في مقدمته يسرد حكاية هذه اللّغة الجديدة في شمال إفريقيا قائلا " كانت هذه الأمة من البربر في إفريقيا في قوة و كثرة و عديد جموع ... و لما أطل المسلمون في عساكرهم على افريقية للفتح, ظاهروا جرجير في زحفه إليهم حتى قتله المسلمون ... و لما اشتغل المسلمون في حرب على معاوية اغفلوا أمر افريقية, و ولاها معاوية بعد عام عقبة بن نافع الفهري و قتل في الزاب في مرجعه... و بعث عبد الملك حسان بن النعمان في عساكر المسلمين فهزموا البربر و قتل كسيلة و

---

(437) صالح بلعيد. اللغة الأم و الواقع اللغوي في الجزائر. مجلة اللغة الأم. ص 14.

(438) Bran Williams, le petit Atlas des pays de monde. ضمن صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. ص 123.

(439) Amerouch chelli , Le bérbére à travers l'histoire ضمن صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. ص 123.

* المقصود المغرب العربي و ليس المغرب الأقصى.

(440) صالح بلعيد. اللغة الأم و الواقع اللغوي في الجزائر. مجلة اللغة الأم. ص 29.

زحفوا إلى هذه الكاهنة بمعتصمها من جبل أوراس... و انهزم المسلمون و أتبعت آثارهم في جموعها حتى أخرجتهم من افريقية و انتهى حسان إلى برقة فأقام بها حتى جاءه المدد من عبد الملك فزحف إليهم سنة أربع و سبعين و فض جموعهم و أوقع بهم و قتل الكاهنة, و اقتحم جبل الأوراس عنوة و استلحم فيه زهاء مائة ألف."(441) و كان من نتائج انتشار الإسلام في شمال إفريقيا انتشار اللغة العربية من أجل قراءة القرآن و أداء الفرائض و التعمق في فهم الدين الجديد حيث أن " الإسلام ساعد على انتشار العربية لغة القرآن و الصلاة و الإدارة و التجارة و الثقافة التي أعلنت عن حضارة جديدة."(442) و قد تعايشت العربية مع الأمازيغة لبرهة من الزمن فطغت الأولى على دواليب الحياة بينما ظلت الثانية لغة التواصل اليومي.

3.2 .اللّغة الفرنسية:

من حيث زمن وصولها إلى الجزائر توضع الفرنسية في المرتبة الثّالثة, و قد وصلت سنة 1830 مع وصول الغزو الفرنسي للجزائر. بالرّغم من رفض الجزائريين لهذه اللغة إلاّ أنّ فرنسا عملت جاهدة على فرضها و ترسيخها في المجتمع الجزائري بدلا من العربية و الأمازيغة, من خلال فرضها كلغة تدريس في المدارس و محاولة جذب الأهالي إليها " فخير مثال على دور المدرسة في العملية اللّغوية للاستعمال هو من دون شك مثال الجزائر."(443) و كذا تسمية بعض الأماكن بأسماء فرنسية مثل شاطوناف و ميرابو و مايو و بلكور و غيرها. فبالرّغم من مقاومة الجزائريين للمدرسة الفرنسية إلاّ أنهم وقعوا تحت ضرورة تعلّمها نظرا لكونها اللّغة التي يحكمون و يحاكمون بها.

(441) عبد الرحمن بن محمد ابن خلدون. كتاب العبر و ديوان المبتدأ و الخبر في أيام العرب و البربر و من عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر. ص 18.

(442) محفوظ قداش.ضمن صونيا بكال الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. ص 14.

(443) LOUIS Jean Calvet. Linguistique et colonialisme. France 1974. payot. p 68.

3 التّهجين اللّغوي:

يعد التّهجين في عصرنا الحالي واقع يهيمن على معظم لغات العالم, و هذا راجع لعوامل متعددة و مختلفة, منها ما هو اقتصادي و منها ما هو تاريخي و منها ما هو اجتماعي إلى غير ذلك من العوامل.

و قد شغل هذا الموضوع تفكير و اهتمام العلماء و الدارسين الذين يحاولون جاهدين حماية " فصاحة اللغة و بقاءها مهما كان مقدار التطور الذي يطرأ عليها."[(444)] حيث لا يمكننا التّنبؤ بالأحداث اللّغوية و طبيعتها,إلا من خلال دراسة اللّغة في واقعها الاجتماعي.

---

(444) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 79.

و التّهجين اللّغوي " ظاهرة لا تقتصر على المجتمعات المستعمرة فقط بل تتعداه إلى تهجين لغة أوربية بلغة أوربية أخرى كما هو موجود في كندا مثلا, حيث نجد بعض الكنديين في مقاطعة الكيبك . حيث اللغة الأم هي الفرنسية . يقومون بتهجين لغتهم بالانجليزية. و هذا حال العديد من دول العالم."[445] فقد ولد من هذا التهجين لهجة تدعى بالـ Franglais (الفرانجلي) التي هي مزيج بين الانجليزية و الفرنسية.

و مثل هذه الظّهرة نجدها أيضا في بلجيكا التي تعطّغتها الر ّسمية في الد ّستور هي الفرنسية, إلا أن السد ّكان يتحدثون لغة هي خليط بين اللّغة الفرنسية و اللّ غة البلجيكية و اللّ غة الألمانية و تسمى هذه اللّ غة المختلطة التي يتحدثون بها الفلامنية.

و الهجين اللّ غوي يكون عادة كلاما مختلطا في المجتمعات التي تحوي خليطا بشريا من الأعراق, أو تفد إليها العمالة الأجنبية. فعن طريق الاحتكاك يحصل مزج في اللّ غات أو هجين مستوي من ألسنة المتكلمين مثلما هو الحال في الجزائر فلنلاحظ مثلا هذه الجملة (كنت نسوق في لافيل و صرات أكسيدان و الكروسة تقطعت مرصوات و السيد أداوه لي بومبيي لسبيطار). فهذا المثال عبارة عن هجين لغوي اختلطت فيه الفصحى مع الد ّارجة و الفرنسية. و ما نلاحظه أن الهجين اللّ غوي لا يحتكم إلى قواعد واعية للغة واحدة.

1.3 مفهوم التّهجين اللّ غوي:

1.1.3 .المعنى اللّ غوي:

تنص المعاجم على أن كلمة (التّ هجين) اشتقت من الجذر الثّلاثي المضعّ ف (هج ّن) فيقال: هجنت الصبية هجنا و هجونا و هجانا: تزوجت قبل بلوغها.هج ّن هجنة و هجانة: كان هجينا و هجن الكلام و غيره: صار معيبا مرذولا. أهجن: كثر هجانه أبله, و أهجن الفتاة: زو ّجها صغيرة. هج ّن الشيء: جهله هجينا.هج ّن الأمر:قب ّحه و عابه. استهجن: استقبح. و يقال هذا يستهجن قوله. الهجين اللبن ليس بصريح و لا لبأ. رجل هجين: لئيم. و الهجين من الخيل ما تلده برذونة من حصان عربي. الهجين من الناس: الذي أبو ه عربي و أمه أعجمية. و كلمة تهجين: تقارب

---

(445) صفية مطهري. التهجين اللغوي في الحوار التخاطبي. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 32.

كلمة خلاسي و وليد الاختلاط يدعى هجينا. الهجين: في الأصل من أبوه عربي و أمه غير عربية... و الخطّ غير الواضح يقال له تهجئة خاطئة."(446)

و "الهجنة في معجم اللّسانيات الموحد يقابله في الانجليزية Cacology و في الفرنسية Cacologie ."(447)

2.1.3 . المعنى الاصطلاحي:

يعرّف الهجين اللّغوي بأنّه " استيلاد لغة لا بالعربية و لا بالأعجمية بالمزج في الخطاب بين كلمات عديد من اللّغات و يحصل هذا التّهجين أحيانا بتعمد و أحيانا عن غير تعمد, و تتم عملية التّهجين بشكل منهجي لتصبح نمطا مميزا لأسلوب الخطاب و الكتابة. و اللّغة الهجينة هي تلك الألفاظ المستغربة و التي توحي بوضع لغوي لدى جيل بأكمله, و هو واقع مر يؤسس لدلالات خطيرة على المجتمع حيث ينذر بضياع الهوية و التميّز, و التّنكر للذّات الحضارية."(448)
و الملاحظ أن كلا من التّعريفين اللّغوي و الاصطلاحي للتّهجين يستمدان من معنى واحد هو الاختلاط الذي يحدث بين شيئين أو أكثر حيث يؤدي هذا الاختلاط إلى فقدان المعالم الأصلية و الواضحة للشّيئين المتمازجين, سواء أكان ذلك في الإنسان أو في عالم الأشياء الحسية و غير الحسية مثل اللّغة.

و عليه فالهجين اللّغوي هو "ذلك الاستعمال و الممارسات اللّغوية لخليط من الأنماط اللّغوية من مختلف لغات الاستعمال اليومي: العربية الفصحى, الدوارج, اللّغات الأجنبية, و ما هذه الصّورة المسموعة و المكتوبة . القائمة اليوم إلا وليدة الفترة المعاصرة."(449)

2.3 أقسام التّهجين اللّغوي:

يمكن أن نقسم التّهجين اللّغوي إلى قسمين اثنين هما التّهجين المقصود والتّهجين الغير مقصود.

---

(446) منجد الطلاب. ص 861.

(447) صالح بلعيد. التهجين اللغوي: المخاطر و الحلول. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 22.

(448) المرجع نفسه. ص22/23 .

(449) صالح بلعيد. التهجين اللغوي: المخاطر و الحلول. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 17.

1.2.3 التّهجين اللّغوي الغير مقصود:

و هو ذلك النّوع اللّغوي "الّذي يستعمله الفرد أو المجتمع بطريقة غير شعورية دون أن يدرك كل واحد منها مدى ترابط درجة التّفاعل بين اللّغات المتعايشة في المجتمع الواحد في الآن ذاته."(450) و يعود هذا التّفاعل بين اللّغات الّذي ينتج هجينا لغويا لأسباب تاريخية و استعمارية و ثقافية و انتماء تلك اللّغات إلى عائلة لغوية واحدة أو عائلات لغوية مختلفة حدث بينها احتكاك في مراحل تاريخية معينة, مثلما نجد لهجات اللّغة العربية في شبه الجزيرة العربية ثم امتدت بعد ذلك إلى أقطار مختلفة ممن طالها الفتح الإسلامي .أو ما نجده بين اللّغة العربية و لغات أخرى وقع الاحتكاك بينها.

و تعد هذه الظّاهرة ظاهرة عالمية, نظرا لوجود احتكاك و اتّصال بين الأجناس البشرية المختلفة, حيث يلاحظ أن كل لغات العالم بلا استثناء قد مستها هذه الظّاهرة حتى نتج ما يسمى بالسّوق اللّغوي الذي "هو عملية إنتاج اللّغات و تشكيلها لعوامل تاريخية اجتماعية التي لا تتحدد وظائفها إلاّ في إطار قانون السّوق اللّغوي الذي يقدم لكل لغة مكانتها الاجتماعية و اللّغوية."(451) فاللّغة تصوير لكفاءات يملكها الفرد و المجتمع, و هي ممارسة مستمرة و ظاهرة اجتماعية يتطلبها الفرد و المجتمع معا, و السّوق اللغوي هو تعايش بين لغات مختلفة متأثرة بعضها ببعض حيث تكون اللّغة الفصحى هي المهيمنة من حيث المكانة الاجتماعية والسّياسية و الاقتصادية و الحضارية.

و لكن بالرّغم من التّعايش الذي يحدث بين اللّغات المتجاورة في الاستعمال في مجتمع واحد إلا أنها تدخل جميعها في صراع مستمر فيما بينها, من أجل السّيطرة و الانتشار " و يمثل هذا الصّراع اللذغوي قانونا اجتماعيا يحدث بين اللغات المتداخلة."(452)

و يحدث الصّراع اللّغوي لعدة أسباب منها:

1 . دخول عنصر أجنبي إلى بلد ما كفتح أو استعمار أو هجرة, و يكون ناطقا بلغة غير لغة أهل البلد, فيؤدي ذلك إلى تشابك اللّغتين في صراع ينتهي إلى إحدى النّتائج: " فأحيانا تنتصر لغة على

---

(450) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 81/80.

(451) محمود السعران. اللغة و المجتمع. ص 174.

(452) محمد شفيق. لمحة عن ثلاثة و ثلاثين قرنا من تاريخ الأمازيغيين. د ط. دار الكلام للنشر و التوزيع الرباط. المغرب. 1959. ص 86.

لغة أخرى فتصبح لغة جميع السكان قديمهم و حديثهم. و أحيانا لا تقوى إحدى اللّغتين على الأخرى فتتعايشان معا."[453] وعدم انتصار لغة على لغة أخرى يبين أن هناك تعايشا يحدث بين اللّغتين.هذا التّعايش الذي يولد اختلاطا بينهما, و هذا الاختلاط هو ما يولد " الصراع اللغوي الذي يتخذ طابع السيطرة بتغلب لغة قوية على لغة ضعيفة فيكتب النصر للغة الراقية حضاريا."[454] فتجري اللغة المنتصرة على ألسنة جميع السكان بغض النظر عن عدد الأفراد الأصليين الناطقين بها. " و هذه الحالة نجدها أثناء انتشار اللغة العربية على كل المجتمعات الأجنبية التي اتصلت بها حضاريا و ثقافيا. و قد نجم عن فتوح العرب في آسيا و أفريقيا أن تغلبت لغتهم على كثير من اللغات السامية الأخرى و عن اللغتين القبطية و الأمازيغية في شمال أفريقيا."[455] حيث شهدت العربية انتشارا مذهلا خارج حدود الجزيرة العربية من الخليج إلى المحيط.

2 .انحطاط اللّغتين معا, و قد تكونان منتميتين إلى أسرة لغوية واحدة أو أسرتين مختلفتين نظرا " لانحطاط الشعبين حضاريا و ثقافيا. مع زيادة عدد أفراد أحدهما عن أفراد اللّغة الثّانية. ففي هذه الحالة تتغلب لغة أكثر عددا سواء أكانت لغة الغالب أو المغلوب."[456] فالانحطاط الحضاري و الثّقافي يؤدي إلى نتيجة حتمية هي الانحطاط اللّغوي. و في هذه الحالة تتغلب اللّغة التي يمثل الأفراد النّاطقين بها الأكثرية.

و هذا ما يحدث بين الأمازيغة و العربية في شمال أفريقيا عموما و الجزائر خصوصا.بالرّغم من انتماء اللّغتين إلى نفس الأسرة اللّغوية التيهي السّامية كما يسميها الفاسي (البربرية شقيقة العربية)حيث نجده يقول في هذا الصّدد:" إني أشتغل منذ سنين بأثر اللغة العربية على هذه اللغات و هي لغات الأمم العجمية التي بقيت مستعملة في البلاد التي اعتنقت الإسلام و لكنها حافظت على لغتهم في المخاطبة و في نظم الشعر مع استعمال العربية في التآليف الخاصة بالعلوم النقلية و العقلية."[457] فالأمازيغية و العربية تشتركان في بعض الخصائص اللّغوية كتاء التأنيث التي تلحق أواخر الكلمات المؤنثة, و إن قلبت ثاء في الأمازيغية تلحق أول الكلمة و آخرها

(453) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 83.

(454) محمود السعران. اللغة و المجتمع. ص 174.

(455) محمد شفيق. لمحة عن ثلاثة و ثلاثين قرنا من تاريخ الأمازيغيين. ص 86.

(456) رمضان عبد التواب. مدخل إلى علم اللغة و مناهج البحث اللغوي. ط 2. مكتبة الخانجي. القاهرة. 1980. ص 176.

(457) محمد الفاسي. الألفاظ العربية في اللغة البربرية. بحوث مؤتمر الدورة 55. مجلة مجمع اللغة العربية .القاهرة. ج 64. 1988. ص

مثل ثمطوث (امرأة). و كذلك نون الجمع و التي تلحق المؤنث و المذكر في الأمازيغية على حد سواء مع احتفاظ الاسم المؤنث بالثاء في أوله دلالة على التّ أنيث مثل ايرقازن (رجال) و ثيلاوين (نساء). و كلتا اللغّتين تشتركان في خصائص موحدة من حيث الأحداث التّ اريخية و العادات الاجتماعية و المعتقدات الدّ ينية, و كلتاهما أصيبت بالضّ عف و الوهن نتيجة الاستعمار الفرنسي الذي حاول جاهدا فرض "لغته و أشكاله التّعبيرية على الشّعب الجزائري."[458] من أجل تحقيق الهيمنة على عقول النّ اس.

3 . قد تتغلب لغة على لغة أخرى لتمتعها " بمكانة اجتماعية عالية قادرة على حماية نظامها و نظام مجتمعها."[459]حيث تنهار أو تنقرض اللّغة المغلوب فتصبح من اللّغات الميتة نظرا لعدم وجود عوامل و ظروف تساعدها على الدّ فاع عن نفسها بوسائلها الخاصة,و النّصر لأيّ ة لغة لا يتم إلا بعد مرور مراحل طويلة من التّ اريخ قد تصل لقرون.

و ينجر عن الصّ راع اللّغوي ظاهرة الازدواجية اللّغوية التي " تحدث عند بلوغ اللغة درجة قوية من الصراع اللغوي بتصاعدها حينا و هبوطها حينا آخر."[460]و تحدث هذه الازدواجية اللّغوية نظرا لاعتزاز الأقليات بلغتها القومية و عدم التّفريط بهويتها الثّقافية و مكانتها في المجتمع, مثلما نجده بين العربية و الأمازيغية في الجزائرحيث أنّ الأولى هي الغالبة لأنّ ها لغة الأكثرية,و الثّ انية هي المغلوبة لأنّ ها لغة الأقلية. و تخضع اللّغة المغلوبة للّغة الغالبة لذا نجد الكثير من الألفاظ العربية مدرجة في الاستعمال اليومي في اللّغة الأمازيغية.

2.2.3 التّهجين اللّغوي المقصود:

و المقصود به ذلك النّوع اللّغوي الذّي يحدث بطريقة إرادية يتم باحتكاك اللّغات المتعايشة في مجتمع معين لاحتكاك أو صراع حضاري و اقتصادي بسبب تعدد الثّقافات التي خلفتها المستعمرات باعتبار المجتمع أن لغة الاستعمار أو لغة الاقتصاد و الحضارة العالمية هي لغات

---

(458) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 85.

(459) المصطفى عبد الله وشوك. تعليم و تعلم اللغة العربية و ثقافتها. ط 2. مطبعة المعارف الجديدة. الرباط. 1994. ص 27.

(460) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 86.

التّعامل اليومي و التّحضر و التّطور الاجتماعي."[461]وهذا ما نجده في الكثير من الدّول الإفريقية التي تتبنى لغة المستعمر (الفرنسية,أو الانجليزية) كلغة رسمية لهاكأنالّوضع الاجتماعي الرّاقي يفرض ذلك الاستعمال دون أي التفات للغتهم و حضارتهم التي ينظرون إليها نظرة الدّونية و الانحطاط. " و يرجع ذلك لوجودحالات من البشر الذين يدّعون بعد غيابهم لسنتين أو لثلاثة في أوربا بأنهم لا يستطيعون التحدث بلغة الأمإنّ استخدام لغة غريبة في إفريقيا هو أمر ذو قيمة بحيث أن الكثير من الأفارقة الذين يستخدمون لغة الأم يحولون خطابهم و ينثرون لغتهم بمفردات و تعابير انجليزية أو فرنسية,و ذلك لإظهار مستواهم الثقّافي الرّفيع."[462]

و تعاني الجزائر على غرار باقي الدّول العربية و دول العالم الثّالث من هذه الظّاهرة(النّظرة الدّونية للغتهم) بسبب آثار الاستعمار على ذهنية الشّعوب المستعمرة أولا, ثم بسبب الثّورة التّكنولوجية المذهلة التي تفجرت على مستوى العالم,و استخدام وسائلها المتطورة للتّواصل بين الشّعوب " فللثورة التكنولوجية أثرا بالغا في ذلك التهجين اللغوي, حيث أن العديد من الألفاظ العربية و الأحرى عاميتنا أصبح يعامل معاملة اللفظ العربي."[463] فمثلا عبارة (Flexy لي) المستعملة في تعبئة الهاتف النّقال نستعملها مثلها مثل أي كلمة عربية و هي عبارة عن جملة فعلية يصنف فعلها في خانة فعل الأمر الدّال على الطّلب أي عبء لي.

فالثّورة التّكنولوجية خلقت غزوا ثقافيا و حضاريا لدول العالم الثّالث التي تعدّ الجزائر واحدة منها, حيث أصبح المجتمع الجزائري يقلد الآخر في اللّباس و الموضة و العادات بالرّغم من الاختلاف الدّيني و العقائدي و التّقاليد الاجتماعية, وهذا ما يصنف في خانة التّقليد الأعمى لأنه يكفي أن " نكتسب معارفهم و ثقافتهم و نتبادلها فيما بيننا, و لأن الأصل في المجتمع أن يستعين بالتّحضر الفكري و العقلي و ليس بالتّحضر المظهري و المادي."[464]لأنّ كل هذه الظّروف و المظاهر التي تحيط بالمجتمع تلقي بظلالها السوداء على واقع اللّغة التي تتغلب عليها لغة

(461) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 90.

(462) زهير الصباغ. التهجين اللغوي للخطاب العربي. مجلة التراث و المجتمع. مركز دراسات التراث و المجتمع الفلسطينية 2005 . 2006. ص12.

(463) صفية مطهري. التهجين اللغوي في الحوار التخاطبي. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 38.

(464) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 91.

الحضارة الراقية, كتغلب الفرنسية على العربية فأصبحت ألفاظها الأجنبية تسري في لغة الأم على ألسنة النّخبة المثقفة.

و لقد انتشرت ظاهرة استعمال المفردات و التّعابير الأجنبية في الجزائر نظرا لاحتلال اللّهجات الدّارجة مناطق جغرافية واسعة, و بسبب سياسة المستعمر . كما سبق و أسلفنا ذلك. الّذي فرض لغته على كافة دواليب الحياة في الإدارة و المدارس, و حتى في بعض المنازل الجزائرية الثّرية. و بقيت عامة الشّعب تمارس اللّغة العربية الدّارجة أو الأمازيغية. و نظرا للظّروف السّيئة بسبب الظّلم و الاضطهاد الاستعماري فقد تعذر استعمال العربية الفصحى فلجأ السكان إلى استعمال لغة دارجة هي مزيج يتكون في بعض الأحيان من اللّغتين العربية و الأمازيغية للتعبير عن حاجياتهم و أغراضهم و أحاسيسهم.

و لقد امتدت هذه اللّغة إلى عصرنا الحالي, حيث تحتل مكانة شفوية هامة في أوساط المجتمع " لأنها نتاج لظروف اجتماعية قصوى تعكس الأحوال و المواقف الاجتماعية التي تحيط بأفراد المجتمع من عادات و تقاليد و قيم اجتماعية و طقوس دينية ."[465] و لا يمكن اعتبار هذه الدّارجة لغة تؤدي وظيفة التّواصل بين المجتمعات,و لا يمكن إعطاؤها صفة اللّهجة التي تكون جزءامن اللّغة لأنّها لم تتفرع من لغة واحدة.

كما أنّها لم تعتمد على معطيات جغرافية أثناء نشأتهابل اعتمدت على أساس الاتّصال القائم بين مختلف المناطق المتجاورة و لعواملعدّةو قد نجم عن اختلاط هذه الدّارجات بالفصحى أو الفرنسية إلى ظهور نوع آخر من اللّغة جذورها أجنبية و تركيبها يخضع لقواعد الفصحى.

ويعود التّهجين اللّغوي أيضا لعامل الهجرة بنوعيها.

1.2.2.3 . هجرة داخلية:

و تتمثل في الانتقال من القرى إلى المدن بحثا عن فرص العلم و العمل حيث تكون هذه الفئة محافظة على لغتها الأصلية لكن احتكاكها بأهل المدينة لسنوات طويلة يجعلها تتأثر بلغتهم فيظهر هذا التّهجين اللّغوي الذي يمارسونه بشكل إرادي حين عودتهم لمواطنهم لأنه يرمز في نظرهم للرّقي و التّقدم.

2.2.2.3 . هجرة خارجية:

(465) المرجع نفسه. ص 92.

" و تتمثل في هجرة الجماعات الاجتماعية إلى الخارج للعلم و العمل و تبادل المعارف و الثقافات و نقل الحضارات الأجنبية إلى اللغة العربية أو لأسباب اقتصادية."[466] و قد كانت فرنسا الوجهة الأولى لهذه الفئات بحيث اختلطت لغتهم الأصلية بالفرنسية " فتكونت لغة دارجة تدعى بربر. أروبي Beursبحيث أنهّم حافظوا على عاداتهم و دينهم رغم أنّ هم يستعملون أسلوبا لغويا فرنسيا مفاصله عربية أو أمازيغية ما جعل بعض الأحياء بفرنسا تستعمل مثلهذا النّوع من اللّغة لدى الجزائريين أو الإفريقيين المقيمين هناك, و هذا يؤدي بهم إلى فقدان لغتهم الأصلية و عدم اكتسابهم للغة الهدف (الفرنسية), و عندما يعودون إلى موطنهم يمارسون هجينهم اللغوي و يظنون أنه هو الأصيل و أنه يمثل موطن التحضر و الرقي الفكري في العصر الحالي."[467] و الواقع أن هؤلاء لم يكتسبوا شيئا لا ثقافتهم الأصلية و لا حتى ثقافة الآخر التي يتشدقون بها, حيث فقدوا هوياتهم الأصلية و يعيشون حالة تفسخ ثقافي و لغوي يختبئون منه وراء مزجهم في حديثهم بين لغتهم الأصلية و اللّغة الأجنبية التي كانوا في بلدانها. و هذا على حساب لغتهم الأصلية التي يرون فيها عجزا و لا تسد حاجاتهم التّواصلية.

و قد انتشر الهجين اللّغوي المتكون من اللّغة العربية و الأجنبية في كافة البلدان العربية و هذا من " المثير للشفقة لا للقلق هم أولئك الذين يتحدثون بغير العربية من أبناء السراة و طلبة الجامعات و غيرهم من بعض الشرائح المجتمعية . و لكل دافعه المرفوض . كنت أتخيلأن ّ أبناءنا الجامعيين في العواصم العربية يتحدثون العربية بينهم, و كم كانت الانجليزية الفصحى لغة الحوار في جلساتهم. شيء ما مأزوم فينا, و لعل الأمر عارض. أما إن كانت وراءه أزمة خبو انتمائي أو جهل بالعربية فهذه هي الطامة, و نحن المسئولون أولا و أخيرا."[468]

و يظهر التّهجين اللّغوي بصفة جلية في الجزائر بين أوساط الطّبقة المثقفة التي تعتمد استعمال اللغة الأجنبية حتى في البيت مع الأبناء الذين يرسلونهم إلى معاهد خاصة لتعلمها لأنّ هم يرون في العربية مظهرا من مظاهر التّ خلف, فهم لا يعطونها أهمية و لا يخدمونها. و " هناك من يزعم أن اللغة العربية آخذة في الانحسار و التراجع في الوطن العربي, لعل في هذا الز ّ عم شيئا من الص ّ حة.فثمة طائفة من النّاس تعتقد أن التّدق بلغة أجنبية هو السبيل الوحيد إلى الر ّ قي الاجتماعي و الوصول إلى مراكز مرموقة في مجالات شتى.فتجدهم ينصرفون عن اللّغة العربية و

(466) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 93.

(467) المرجع نفسه. ص 94.

(468) إلياس عطا الله. فكرة عجز العربية عن مواكبة الطفرة التكنولوجية. حاوره عادل سالم. تجمع الأدباء و الكتاب الفلسطينيين www.arabs48.com 2009/12/12.

يرسلون أبناءهم إلى مدارس أجنبية و يتحدثون معهم بلغة أجنبية و يحادثونهم بلغة انجليزية أو فرنسية منقوصة محدودة في أغلب الأحيان, و كأن أبويه شكسبير و شارلوت برونتي أو فولتير أو ماري أنطوانيت."[469]و يمكن ملاحظة ظاهرة الازدواجية اللّغوية بشكل جلي في واقعنا اليومي, لأنّه و رغم تقلص استعمال اللّغة الفرنسية كلغة رسمية في البلاد و دواليب الإدارة إلا أن آثارها ما تزال باقية تسري فيألسنة النّاس من خلال استعمالهم اليومي للّغة " و تفرع من هذه اللغات المتشابكة فيما بينها التّهجين اللغوي الذي يتصف بانتقال تراكيب أو مفردات لغة الهدف إلى لغة الأصل أو بين لغة و لهجة أخرى."[470] و يمكن ملاحظة هذه

الازدواجية اللّغوية في الأمثلة التّالية:

.رحت لنفرسيتي و قريت واحد الكتاب نتاع لاسيفيليزاسيون و استفدت منو بزاف ينفرميك و بيريبوزيك نظريات هائلة تستخدمها في الموضوع ديالك.

. كيرحت لدارنا حبسلي واحد الطاكسي كبير قد الليموزين تعجبت منو وخلعني و تبكمت.

. نقولك واحد الخطرة كونفوكاني المدير ما فهمتش وعلاه على السكنة ولا العمل أومبعد كي دخلت البيرو سقسيتو وعلاه قال لي و الكوزينة راهي تمشي؟.

.زعفت عليه بزاف كي سمعت بلي هدر علي.

و الملاحظ في هذه الأمثلة أن الألفاظ التي وظفت فيها تنتمي إلى تركيب عربي امتزجت بعض عناصره بعناصر أخرى من اللغة الفرنسية و الأمازيغة و يمكن أن نمثل لهذه العناصر من خلال الجدول التّالي:

العناصر الفرنسية	العناصر الأمازيغية
يبروبوزيك (يقترح عليك).	بزاف (كثيرا).
لا سيفيليزاسيون (الحضارة).	حبسلي (توقف عندي).
ينفرميك (يقدم لك معلومات).	خلعني (أدهشني).
طاكسي (سيارة).	سقسيتو (سألته).
الليموزين (ماركة سيارات).	زعفت (غضبت).

(469) علي درويش. لغة أجنبية و أصوات عربية ظاهرة الاستغراب الفكري و اللغوي في اللغة العربية الحديثة.www.eleph.com 2009/12/12.

(470) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 95.

كونفوكاني (استدعاني. الكوزينة (المطبخ).	هدر (تكلم).

وما نلاحظه من خلال الجدول أن هذه الألفاظ جذورها إما فرنسية أو أمازيغية و لكنها أخضعت لقواعد العربية فبدت و كأنها منها.

و من الضدّروري أن نشير إلى أن ظاهرة التّ هجين تؤثر سلبا على لغة الفرد الّذي قد يجد نفسه غريبا في مجتمعه.وهذا ما ينطبق أيضا على المجتمع الذي يمسي التّ هجين لغته فيصبح منعزلا عن المجتمعات الأخرى و لا يمكنه التّ واصل معها " و من المعروف أن المجتمع الجزائري مجتمع متعدد اللغات فمن الضروري و حاجته هي الملحة للتعبير عن حاجياته لعدم تمكنه من اكتساب كل اللغات بطريقة متساوية و بنفس الدرجة من الإتقان دفعه الأمر إلى ممارسة هذا النوع من اللغة ليوصل فكرته بسهولة إلى غيره."[471]

3.3 مصادر التّهجين اللّغوي:

هناك مصادرعديدة و متنوعة يجيء منها التّ هجين اللغوي, و لكننا سنكتفي بذكر الأهم منها فقط.

1.3.3 . الإعلام:

يمثل الإعلام بمختلف أنواعه من سمعي و بصري و مكتوب " و خاصة الفضائيات و ما تحمله من إبداعات لغوية, فعن طريق وصلات الإشهار مثلا تأتينا حمولة ثقافية مرنة بسيطة سهلة على الحفظ, لها ترانيم خفيفة تعمل جاهدة على الاقتناع بما تحمله و باللغة الحاملة لها,كما ترغّ ب المستقبل أو المستمع أو المشاهد أن يكون طرفا مساندا لها. و أثناء التأدية اللّغوية تعمل لغة الإشهار أو هذه القنوات على تجاوز المألوف و التحرر إلى حد ما من سلطة اللغة الثابتة."[472] حيث أنها تحدث كسورا عديدة في اللغة و تنحرف عن سلطة القواعد النّ حوية. كما تلتجئ إلى الهجين اللّغوي اعتقادا منها بأن هذا ما يؤدي إلى إيصال رسالتها الإعلانية على أكمل وجه, و هذه وسيلتها التي تعتمدها في خرق العادة و خلق التّ ميز.

(471) حياة خليفاتي. التهجين في الجزائر (مدينة تيزي وزو أنموذجا) دراسة وصفية تحليلية. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 97.

(472) صالح بلعيد. التهجين اللغوي: المخاطر و الحلول. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب. مجلة المجلس الأعلى لغة العربية. ص 23.

و لكن هذا الخرق يؤدي أحيانا إلى توظيف بعض الألفاظ و المفردات التي يمجها العرف الاجتماعي أو الأخلاقي. و إلى استعمال لغة هجينة ليس لها انتماء لغوي و بلا أصول أو خصائص تميزها, و لا قواعد تضبطها و تنتظم عملها.

2.3.3. الشّابكة:

" و هي وسيلة من وسائل الإعلام, حيث تتيح التواصل بين أشخاص لهم لغات مختلفة و يصطلحون على لغة تجمعهم, و تتميز هذه اللغة بالاقتضاب الذي لا يراعي جوانب النحو و خصائص لغات التواصل."[473] و تتجلى هذه الظّاهرة بشكل أوضح في الرّسائل الالكترونية SMS أو الرّسائل القصيرة التي أفرزتها ثورة العصر التّكنولوجية التي أنتجت الهاتف النّقال أو المحمول, حيث يتم تبادل هذا النّوع من الرّسائل في مختلف المناسبات,أو كوسيلة اتّصال يومي بين الأشخاص حينما يتعذر الالتقاء.

و هذا النّوع من الرّسائل له عرف خاص في الكتابة, بحيث تحمل في طياتها اقتضابات لغوية و حروف مخترعة لتسهيل التّواصل.

و من بين ما أفرزته هذه الظّاهرة نجد لفظة الأرابيش Arabish و هي كلمة مركبة من كلمتين Arabic + English " و هذا الهجين اقتضته ضرورة الاتّصال بين عرب و غير عرب أو بين عرب و عرب من الجيل الثالث, و هو مصطلح يستخدم في مواقع الدردشة الالكترونية."[474] حيث تكتب العربية بأحرف أجنبية, و تتيح هذه الطريقة في الكتابة التّواصل بشكل كامل للمستخدمين, في ظل غياب منظومة من الأحرف الخاصة للتّواصل في مثل هذه المواقع. والأصوات العربية التي ليس لها مقابل في اللّغة الأجنبية تعوض بالأرقام مثل 3 للعين و 9 للصّاد و 6 للطّاء و 7 للحاء, حيث تكتب كلمة مرحبا بهذا الشّكل "Mar7aba".

و من الكلمات التي أفرزتها الانترنيت أيضا الأغانيش التي " تعد الملاذ الأخير الذي ظهر فيه الهجين اللغوي, فتعمل كلمات الأغانيش على الإثارة و المتعة الخفيفة, و تؤدى بصورة جماعية."[475] و تتكون الأغانيش من كلمتي الأغاني و الشّارع و تأتي بصورة ارتجالية خاصة في الملاعب أثناء المباريات, فلا تعمل على انتقاء كلماتها أو ترانيم موسيقاها. فهي مجرد موسيقى هابطة و سفاسف الكلام.

---

(473) المرجع نفسه. ص 24.

(474) صالح بلعيد. التهجين اللغوي: المخاطر و الحلول. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب. مجلة المجلس الأعلى لغة العربية. ص 25.

(475) المرجع نفسه. ص 25.

و تعودأسباب و مصادر التّهجين اللغّوي الذي تعرفه الجزائر و غيرها من الشّعوب العربية و حتى الأفريقيةأو العالم الثّالث ككل,و الذي شوه اللّغة العربية أو لغة الأم بالأساس إلى شبان العصر الذين " إذا شاءوا أن يجيلوا يراعا في ميدان الطرس يشوهون محيا اللغة بما يقحمونه من الألفاظ الأعجمية و يزجونه من المفردات العامية, فينتج من ذلك سقم في العبارة و ضعف في التركيب, و يختلط الحابل بالنابل و الغث بالسمين, فيعسر على القارئ فهم ما كتبوه, و لا يعود يعرف آبد الألفاظ من داجنها, و لا عذبها من أجنها, حتى يخيل له أن اللغة العربية التي يترقرق ماء الفصاحة في عرتها, و يتبلج نور البلاغة من أسرتها ليست كفؤا للتعبير, مع أنها أغزر اللغات مادة و أمتنها أصولا و أوسعها أطرافا و أدقها تعبيرا. فتأصل من جراء ذلك في عقول الشبان مقت اللغة العربية, فاستضعفوا شأنها و حطوا من كرامتها مع أنهم لو كانوا من ذوي الاطّلاع على بعض مكنوناتها لأحلوها محل الكليتين من الطّحال."[476] فوسائل الإعلام و الشّباب لب كل منهما دوره في انتشار هذا الهجين اللّغوي الذي شوه ملامح اللّغة و أفقدها الهوية و الانتماء, فلا هي لغة عربية و لا هي لغة أجنبية, بل هي شيء من هذا و ذاك,مع كسر القواعد النّمطية لكل منهما.

4. مكانة اللّغات في الجزائر:

إذا بحثنا عن أهمية لغة ما فإننا نجد أنها " لا تعود إلى قيمتها اللغوية الداخلية, شكل كلماتها, أو بناء نحوها, بل إلى وظيفتها كناقل."[477] فنظرا لكون اللغة نظاما من العلامات فإن أهميتها لا تظهر في اختيار لغة دون أخرى أو الانتقال من لغة إلى لغة أثناء التخاطب و المحادثة, بل تظهر أهميتها كونها أداة اتصالية بين الأفراد و المجتمعات.

و إذا لم تنبع أهمية اللغة من ذاتها و داخل نظامها فهناك وسيلة أخرى لتحتل مكانة مرموقة و هي أن تنبع هذه الأهمية من المجتمع الذي يستعملها. و هذه المكانة المكتسبة هي "وضعية كل نظام كما تتحدد في ميادين و استعمالات خاصة به."[478] و إذا عدنا إلى الواقع اللغوي الجزائري نجد أن هناك لغات و ليس لغة واحدة لكل منها مكانة خاصة.

(476) صفية مطهري. التهجين اللغوي في الحوار التخاطبي. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص38.

(477) Boukous Ahmed. Le profil socio linguistique du Maroc contribution méthodologique ضمن صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. ص 125.

(478) المرجع نفسه. ص 125.

1.4 .مكانة اللّغة العربية:

و هي لغة لها تمظهرات مختلفة تتجلى في العربية الفصحى التي تشكل النظام الرسمي لهذه اللغة, و تندرج تحتها مجموعة من اللهجات أو الدارجات المحلية التي قد تقترب و قد تبتعد من البناء التركيبي للفصحى.

1.1.4 .اللّغة العربية الفصحى:

هي اللّغة الرّسمية حسب ما جاء في الدّستور.و تستمد شرعيتها و قوة وجودها من الدّين كونها اللّغة التي نزل بها القرآن كما أنّها لغة أهل الجنة, فتستمد من هذه الكينونة قداسة روحية.

2.1.4 .اللّهجات العربية الدّارجة:

و هي لغة الاستعمال اليومي لشرائح واسعة من المجتمع الجزائري, و هي متعددة تختلف من منطقة إلى أخرى, بل حتى في جهات المنطقة الواحدة.فنجد الدّارجة في الغرب متأثرة نوعا ما بلهجة المغرب الأقصى,أما الدّارجة في منطقة الشّرق فإنها تميل قليلا نحو اللّهجة التّونسية.

و الاختلاف بين اللّهجات يكون إما على مستوى الألفاظ فمثلا حرف القاف في اللّهجة العاصمية ينطق جيما جافة أو جيما مصرية في لهجة الغرب الجزائري, إضافة إلى الاختلاف في اللّكنة, حيث يمكن تحديد المنطقة التي ينتمي إليها المتكلم من خلال لكنته أثناء الحديث.

2.4 .اللّغة الأمازيغية:

هي لغة السّكان الأصليين لشمال أفريقيا, عاشت فترة ازدهار ثم انحطاط و ضعف في عصر المماليك الأمازيغية بسبب المنافسة القوية من قبل اللّغات التي كانت سائدة في ذلك العصر كاليونانية و الرومانية.

أما في الوقت الحالي فقد أصبحت لغة وطنية بموجب الدّستور و دخلت المدرسة و التّعليم في بعض المناطق النّاطقة بها.

وتعدّ الأمازيغية لغة اجتماعية تتحدث بها جماعات مختلفة منتشرة عبر الوطن, و إن كانت لا تعرف نفس الانتشار الذي تعرفه الدوارج العربية.

و إذا كانت اللّغة العربية لغة مقدسة تستمد شرعيتها من الدّين,فإن اللّغة الأمازيغية تستمد شرعيتها من التّاريخ, كونها لغة السّكان الأصليين لشمال إفريقيا,كما أنّها تعد من اللّغات الحية

فبالر ّ غم من مرور قرون طويلة على وجودها و تعرضها للهيمنة من طرف لغات أخرى عبر مراحل مختلفة من التّ اريخ إلا أنها استطاعت أن تظل حي ّة جارية على ألسنة أبنائها و إن لم تكن لغة العلوم و التّكنولوجيا و الثّقافة حيث لا يمكنها مد جسر بين مستعمليها و العالم.

3.4 .اللّغة الفرنسية:

هي ميراث الاستعمار بالرّغم من الر ّفض الّذي قوبلت به طيلة قرن و نيف من الز ّمن لأنّها كانت في صراع مستمر مع العربية و الأمازيغية, حيث صارعت من أجل الهيمنة و صارعت من أجل البقاء في الجزائر. و قد كان الحفاظ على الهوية اللّغوية وسيلة من وسائل المقاومة ضد الاستعمار.

بعد الاستقلال حدثت هناك نقلة لهذه اللّغة بحيث تعمم استعمالها فأصبحت لغة الإدارة و الاقتصاد و التّعليم,ارتبطت في أذهان العامة بالر ّقي و التّحضر. و مع مجيء قانون التّعريب الّذي مس التّعليم و الإدارة تراجع استعمالها و أصبحت مجرد لغة أجنبية لا غير و لكنّها لم تفقد مكانتها الاجتماعية فقد بقيت لغة التّحضر والتّمدن والتّفتح على العالم.

4.4 .اللّغة الانجليزية:

رسميا هي لغة أجنبية مثلها مثل الفرنسية, و لكن اجتماعيا تبقى لغة هامشية مقارنة بالفرنسية, و إن كانت لها مكانتها العالمية حيث تعد اللّغة الأولى في العالم, من حيث الاستعمال و انتشارها الواسع في بلدان مختلفة, علوا على كونها لغة للاقتصاد و التّجارة العالمية.

5.4 .اللّغة الاسبانية و الألمانية و الايطالية:

هي لغات هامشية جدا في الجزائر, حيث لا تلقى أي اهتمام,فهي مجرد فروع للدّراسة في بعض الثّانويات و المعاهد الجامعية,و إن كنا نجد بعض التّأثيرات لهذه اللغات و خاصة الاسبانية و الايطالية في لهجاتنا المحلية بسبب الاحتكاك الذي حصل في مراحل معينة من التّاريخ, مثل كلمة صوارد (النّقود) العامية فأصلها من كلمة صواردة الإيطالية, و كذا كلمة سباط (حذاء) من كلمة سباتو الايطالية أيضا, و قد جرت مثل هذه الكلمات على ألسنة العامة في الاستعمال اليومي دون الانتباه لأصلهما اللّغوي.

5. التّعاقب و الاقتراض اللّغوي:

1.5. التّعاقب اللّغوي:

يعد التّعاقب اللّغوي أحد مظاهر احتكاك اللّغات بعضها ببعض حيث " يظهر كسلوك لغوي يتميز بالاستعمال التناوبي لعدة لغات أو تنوعات لغوية في خطاب أو حوار."[(479)] و إذا كان زعبوط يرى في التّعاقب اللّغوي سلوكا فإن هاميرس و بلان يعدانه " إحدى الاستراتيجيات التي يعتمدها مزدوجو اللغة أو متعددوها, في صلب هذا التعاقب اللغوي يتجاور تنوعان لغويان أو أكثر في الخطاب, بحيث تتعاقب أجزاء من خطاب من لغة " أ " مع أجزاء من خطاب من لغة "ب" هذه الأجزاء قد تكون عبارة عن كلمة بسيطة, مركبة أو جملة."[(480)]فالتّعاقب اللّغوي هو عملية واعية تتحدد لغرض ما و أداء وظيفة معينة. و يكون بين لغتين اثنتين أو بين ثلاث لغات أو أكثر.

(479) Zabout tahar , un code Swithing algérien : le parler de Tizi- ouaou ضمن صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية.ص 126.

(480) عن/ صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. ص 127.

و تكثر ظاهرة التّعاقب اللّغوي كثيرا في الإعلانات سواء الصّحفية و خاصة الصّحف العربية, أو التّلفزيونية مثل (Nedjma vous presenter la météo de l’été نجمة ديما معاكم) حيث نلاحظ تعاقب بين اللّغة الفرنسية و اللّغة العربية.

أو (عيش La vie عيش La mour عيش La vie pour toujours مع الغالي و الحبيب تقعد ديما قريب Djezzy carte في يديك فرح العزاز عليك.)و هنا أيضا نلاحظ تعاقب بين اللّغة العربية الدّارجة ثم الفرنسية بالتّداول.

(الاشتراك الجديد خط one) تعاقب بين العربية و الانجليزية فكلمة one تعني واحد في الانجليزية. أو (Storm مستور) تعاقب بين العربية و الفرنسية, فكلمة Storm تعني مستور بالعربية.

2.5 .الاقتراض اللّغوي:

إذا كان التّعاقب اللغوي هو توالي ثنائي أو ثلاثي أو أكثر للغات في السلسلة الكلامية, فإن الاقتراض اللغوي هو " أن تأخذ لغة من أخرى لسد عجز في الأولى, ثم تصير هذه الألفاظ جزءا من الأولى." [(481)] و يعد الاقتراض ظاهرة منتشرة في جميع لغات العالم بصفة عامة. و هو " وسيلة لغوية تلجيء إليها ضرورة التعبير عن مستحدثات و مستجدات سبق إليها الآخر و هو وسيلة مشروعة لتنمية اللغة العربية في إطار ما يسوغه النظام الصوتي العربي."[(482)] فتوفر هذين الشّرطين يجعل من عملية الاقتراض اللّغوي صحية و مقبولة في اللّغة, و غياب أحدهما يجعل هذا الاقتراض مرفوضا نظرا لما يمثله م خطر على اللّغة.

(481) صونيا بكال. الخطاب الاشهاري دراسة تداولية. ص 127.

(482) صفية مطهري. التهجين اللغوي في الحوار التخاطبي. اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 40.

6 . لغة الإعلان:

" يمثل الخطاب الإشهاري في العصر الحالي ظاهرة لغوية ثقافية تواصلية تداولية تتفاعل فيها أنظمة العلامات اللسانية و غير اللسانية و تتداخل فيه الخطابات و تعاضد الإيديولوجيات و تتدافع سلطة الأشكال الرمزية."(483) و هذا ما جعل لغة الإشهار تتميز بخصائص خاصة لا يمكن أن تتوفر في الخطابات اللّغوية الأخرى و يمكن أن نوجزها فيما يلي:

. تركيب خاطف للأنظار و مصطلح جديد مثير للوجدان مع جرس نظمي موسيقي جذاب.

. ألفاظ مستخرجة من عمق الحياة الاجتماعية, و لا يهم إن خالفت ما هو متعارف عليه في اللغة الفصحى.

. الحركية و التجدد لإثراء المقصد مع مخاطبة العاطفة أكثر من العقل, بهدف إثارة الرغبة في المتلقي.

---

(483) عمار ساسي. المصطلح في اللسان العربي من آلية الفهم إلى أداة الصناعة. ص 217.

التّوجه لفئة الشبّاب و النّساء بالأخص, نظرا لسرعة استجابتهذه الفئة من النّاس للعرض ثم الرّجال بالدّرجة الثانية.

.عدم الاستقرار و عدم احترام معايير و موازين اللّغة.

. البيئة العامة هي من تصنع لغة الإعلان.

و نظرا لطغيان الدّارجة و اللّغة الفرنسية على الفصحى " و بالتالي كثرة استعمالها و انتشارها في المجتمع الجزائري خاصة في أوساط الشباب و النساء لأن معظم الإشهار موجه لهاتين الفئتين."[484]

و ما يمكن أن يقال عن لغة الإعلان بصفة عامة أنها تتميز بجمل قصيرة و موجزة, كثيفة من حيث الدّلالة, و تحمل فكرة رئيسية واحدة تعمل على تبليغها للمتلقي في أحسن الظروف. فما يهم المعلن من اللّغة هو أن يبلّغ خطابه و يحقق الهدف منه مهما يكن المستوى اللّغوي المستعمل, فقد يكون فصيحا أو تتداخل فيه الفصحى بالعامية,أو يكون خليطا بينهما و بين اللّغة الأجنبية.

و تكمن جمالية الخطاب الإعلاني في قدرته على التّكثيف اللّغوي و الاختزال و الوضوح و المباشرة, و الابتعاد عن الحشو, إنه فن اختصار الكلام, و هذا ما نلاحظه مثلا في الوصلات الإعلانية " موبيليس و الكل يتكلم " و نّجمة اسمع النّور اللي فيك عالم جديد يناديك " و " جازي عيش La vie " . حيث نرى في هذه الوصلات أن منتجيها قد اتبعوا في أداء مقاصدهم و التّعبير عن أغراضهم و تحقيق أهدافهم طريقة تجنبوا فيها التّطويل في العبارة بما لا يزيد عن حاجة المقلي في التبّليغ بالنّظر إلى المقتضيات اللّغية التي يحتاجها مجاله التّداولي و بذلك يجنب متلقيه ما يسميه طه عبد الرحمن بالضّرر اللغوي للتّطويل, ذلك إذا أخلت الزّيادة في التّعبير بسلامة التّبليغ من حيث صيغته و أثره في المتلقي و بذلك يكون قد جنبه أيضا آفة الحشو و حقق الدّفع اللّغوي للاختصار.

أما من حيث أثره في المتلقي فقد جنبه آفة الإتعاب, إذ جعله يتابع الإعلان بسهولة و يسر و دون تعب أو ملل في فهم المقصود.

و الملاحظ أيضا أن هذه الوصلات جميعها قد احتوت على ظاهرة التعاقب اللغوي بين الفرنسية و العربية الفصحى و الدارجة. فمثلا ففي الوصلة الأولى نجد كلمة موبيليس و هي ليست

(484) صليحة خلوفي. الهجين اللغوي في الإعلانات الإشهارية الصحفية.اللغة العربية بين التهجين و التهذيب " الأسباب و العلاج". مجلة المجلس الأعلى للغة العربية. ص 196.

عربية و هو اسم لشركة اتصالات الجزائر و هو Logoأو المميز للشركة في عالم الهاتف النّقال و ما يشهده من تنافس حادبين الشّركات الثّلاثة.و موبيليس هنا تظهر نفسها على أنّها تتيح الفرص للجميع لكي يتكلموا فهي لا تعترف بالطبقات الاجتماعية لأنّها توفر الخدمة للجميع, و توحي بأن خدماتها هي الأفضل و الأقل تكلفة ما يعطي الفرصة لجميع شرائح المجتمع في ممارسة الكلام و الاتّصال فيما بينها.

و في الوصلة الإعلانية الثانية "نجمة اسمع النّور اللي فيك عالم جديد يناديك ". فقد انصب التّركيز أولا على المميز التّجاري نجمة و بالرّغم من أنه إعلان تلفزيوني إلا أنه يستعين بالكتابة أيضا حيث تكتب نجمة باللغتين العربية و الفرنسية أمام شكل النّجمة البرتقالية.

و نجمة شركة وطنية للهاتف النّقال دخلت هي أيضا مجال المنافسة في عالم الهاتف المحمول.

و النّجمة الخماسية تضيء دائرة كبيرة برتقالية أحيانا, أو تتوزع على معظم مناطق الخريطة الجزائرية أحيانا أخرى, ما يعني أنها تسعى إلى أن تغطي مختلف جهات الوطن شمالا و شرقا, جنوبا و غربا.و إن من يستعمل خط نجمة في اتصالاته فإنّ ذلك بمثابة النّور الّذي يضيء دروبه و يزيح الظّلام منها.و يتناسب هذا النّور مع النوّر والصّفاء الذي يحمله هو في نفسه من جراء استعماله لخط نجمة, و هذا ما تعكسه عبارة "اسمع النّور اللي فيك " التي تخاطب المتلقي مباشرة و تحاول التّسلل إلى داخل نفسه و تعمل على إيقاظ لا شعوره و ما يكمن في أعماقه, فعندما يستعمل خط نجمة سيستمع إلى نداء عالم جديد غير مألوف.فقد أعطيت الأهمية هنا إلى التّميّز الّذي تنشده الشّركة لأنّه هو من يعطيها هويتها و يحقق مصداقيتها لدى المتلقي فتكتسب أصالة و تفردا, أي جملة من الخصوصيات التي تتوفر فيها و لا تتوفر في غيرها, بمعنى أنها ليست نسخة لغيرها.إنها نجمة و النّجمة تعلو دائما و لا يعلى عليها كما أنها تضيء على الدّوام.

و لقد كانت نجمة ككلمة منطوقة و مكتوبة و كصورة مصاحبة للكلمة المكتوبة متصدرة لهذه الوصلة الإعلانية.إنها النّور الهادئ البعيد الذي يهتدى به و يعبر به عن الغالي من الأماني.

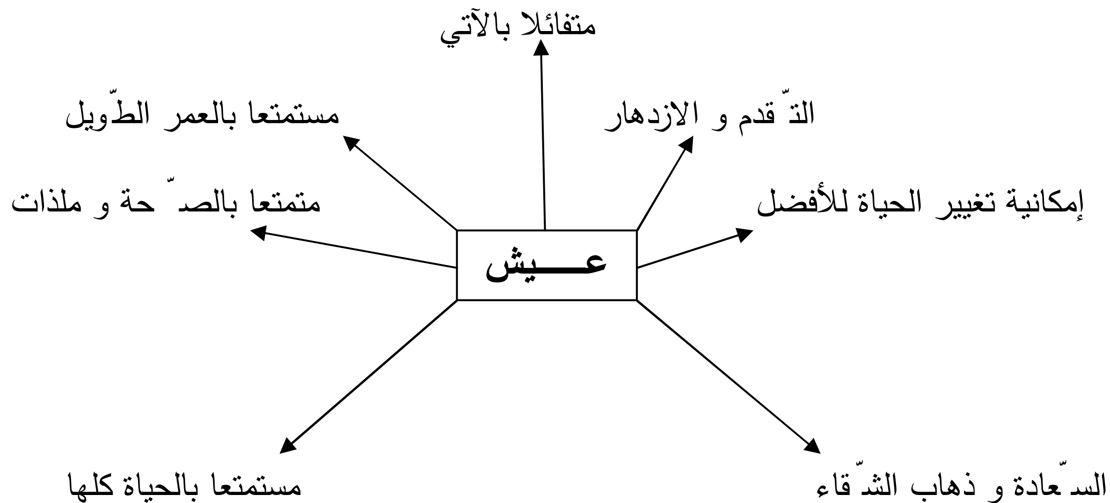
و في الوصلة الثّالثة " جازي Djezzy عيش La vie ".نلاحظ أيضا ظاهرة التّعاقب اللغوي بين العربية الدّارجة و الفرنسية.و إن أكملنا كل الوصلة نجد هذا التّعاقب اللّغوي يمتد إلى آخرها (عيش Lavie عيش La moure عيش La vie pour toujour مع الغالي و الحبيب تقعد ديما قريب Djezzy carte في يديك فرح العزاز عليك.) و كما جرت العادة في مثل هذه الإعلانات فقد تجنب المعلن التّطويل و عمل على الاختصار و التّركيز.

و لقد انصب التركيز أولا و مثلما جرت العادة على تقديم المميز جازي ثم جاءت بعد ذلك عبارة " عيش La vie " بتناوب بين العامية و الفرنسية ومثل هذه التعابير مستوحاة من واقع المجتمع الذي تعد الازدواجية اللغوية أو الهجين اللغوي سمة بارزة في خطاباته اليومية بمختلف أشكالها. فكلمة (عيش) هو فعل الأمر (عش) " في الفصحى. و هنا يمثل دعوة للحياة, فالأصل في الفعل أن يكتب عش و لكن هنا أضيف إليه المد (كسرة طويلة) و كأن هذا المد أو التطويل في الكسرة هو دعوة للاستغراق في الحياة. و ربما يعود تفضيل المعلن استعمال كلمة La vie الفرنسية على كلمة الحياة العربية إلى الطاقة الدلالية و الإيحائية التي تحملها هاتين الكلمتين, هذه الطّاقة التي تنبع من المجتمع ذاته, لأن دلالة الكلمات نتاج متميز لروح الأمة.

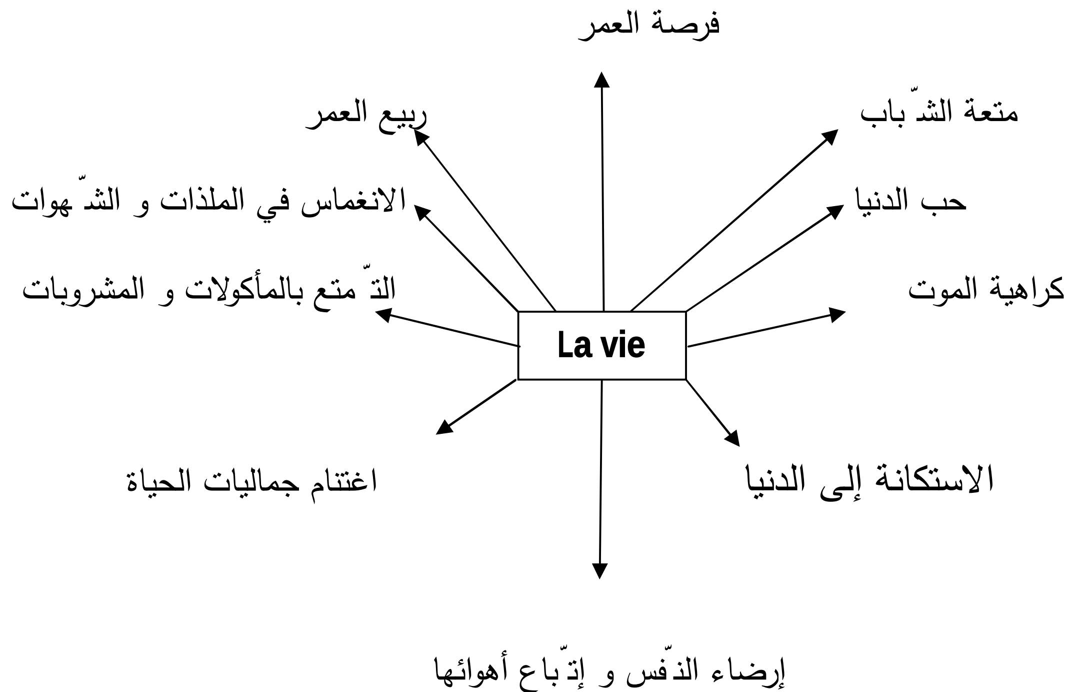
و لما كان المجتمع الفرنسي أكثر انفتاحا على الحياة من المجتمع الجزائري, فقد حملت الكلمة الفرنسية دلالات لم تستطع الكلمة العربية أن تحملها, حيث انفتحت الأولى على دلالات متعددة و عديدة كالتّمتع بملذات الحياة و شهواتها من غير حدود أو قيود, و العيش في بذخ العيش و رفاهيته و رغده, و اغتنام فرصة العمر في الاستمتاع و استثمار كل الوسائل المتاحة في ذلك, و كذا عيش الحرية المطلقةو الذّهاب إلى أقصى الحدود في المتعة.

أما كلمة الحياة العربية فلا تحمل من المعاني إلاّالدلاّلة على العمر و الصحّة و السّلامة و العمل المقدملآخرة نظرا لطغيان الجانب الديّني أو النزّعة الدّينية في الحياة الاجتماعية للإنسان الجزائري و إن لم يصرح بذلك.

و يمكن أن نمثل للدّلالات التي تحملها كلمة "عيش"بالرّسم التّالي:



و يمكن أن نمثل للدلالات التي حملتها عبارة La vieبالشّكل التالي:



و ما يمكن قوله عن لغة الإعلان عموما أن الغرض الإعلاني هو من يوجهها تبعا لمقصد المعلن " و يحكم ظهورها خاصية التعميم على أوسع نطاق لتشمل كل شرائح المجتمع من غير استثناء و هيمنتها على توجيه لغة الإشهار عموما."[485] فصنع قاعدة شعبية هو الهدف الذي تصبو إليه الومضات الإعلانية لذا نجدها تتبنى لغة الواقع, أو لغة المجتمع من أجل تحقيق الإقناع و الانتشار على أوسع نطاق. فلغة الإعلان ولدت من رحم الاستعمال اليومي للّغة في المجتمع و إليه تعود,كون الخطاب موجه إلى هذا المجتمع الّذي يتبنى هذا الاستعمال الخاص للّغة.

(485) عمار ساسي. المصطلح في اللسان العربي من آلية الفهم إلى أداة الصناعة. ص 219.

خاتمة

خاتمة:

إنّ الخطاب الإعلاني, ذلك الكائن الخفي المرئي الذي يرافقنا في كل خطوة نخطوها في الشّارع و في البيت و في المتجر و في كل مكان نذهب إليه, إنه إلى جانبنا يحاصرنا دوما بأقنعته المختلفة المزينة بشتى الألوان و الصّور, و المعبّر عنها بكل الكلمات و اللّغات. إنه في لافتة الشّارع و على واجهة المحل و المقهى, و بين صفحات جريدتنا الصّباحية و المسائية, و في ثنايا مجلتنا المفضلة, وعلى شاشة التّلفاز و عبر أثير المذياع و في فضاءات الانترنيت, بل حتى في علبتنا الالكترونية. إنّه دوما إلى جانبنا لصيقا بنا كالظّل, يحاصرنا بنظراته الحادة البريئة, ككلمة أو كصورة أو كمشهد أو كإشارة أو كومضة. إنّه هنا و نحن نراه و لا نراه, فهو يغرينا ثم يؤثر فينا, و من ثمة يجذبنا إلى عالمه عن طريق إقناعنا بوسائله و أساليبه الالتوائية, ونحن لا نملك منه مفرا.

و حتى و إن بدا الإعلان متعلقا بمجال التّسويق و من ثمة فهو خاص بعلم الاقتصاد, إلا أنّه خطاب يتموقع بين جملة من العلوم التي تتجاذبه حينا, و تتضافر جهودها في دراسته و تحليله و تفسيره كظاهرة و كضرورة في الحياة حينا آخر. إنه وسيلة من وسائل التّرويج, التّسويق و هو

أيضا ظاهرة اجتماعية و نفسية و تاريخية. و هو إذ يستعمل اللّغة الرّمز و الإشارات فهو مجال للدّراسة اللّسانية و اللّغوية و السّيميائية أيضا, لأنه عالم مشحون بالمعاني و الدّلالات بشكل مكثف, فهو مرن يستجيب لكل أنواع الدّراسات.

و لكننا لا يمكننا أن ننكر أنه نص أدبي إبداعي تتوفر فيه كل شروط النّصوص الإبداعية و إن كانت عباراته موجزة و معانيه مكثفة. فإذا كان النّص الأدبي يغرينا و يؤثر فينا, فالنّص الإعلاني هو الآخر يفعل بنا هذا, إنّه يؤثر فينا ثم يقنعنا, و يجعلنا نبحث في رفوف المتاجر و المحلات عن شيء دون سواه, و نقتني سلعة معينة دون سواها. كما أنه يغرينا باكتشاف المجهول الذي لا نعرفه و لم نكتشفه و لم نجربه بعد, بما يغرسه فينا من قناعة بأن هذا هو المهم و المفيد لنا.

و هذا ما جعل من بحثنا محاولة للإلمام ببعض الآليات التي يستخدمها ويستثمرها هذا النّوع من الخطاب (الإعلان) للوصول إلى غايته المنشودة التي وجد من أجلها, و هي التّأثير و الإقناع, و من ثمة الإتيان بالفعل, و من خلال هذا البحث تمكننا من الوصول إلى بعض النّتائج الخاصة بالحقل الخطابي الإعلاني و التي يمكن أن نلخصها على الشّكل التّالي:

. هناك كلمتان تستعملان كمترادفتان لهذا النّوع من الخطاب و هما الإعلان و الاشهار و يقصد بهما في المعاجم الظّهور في شنعة, و لكن المعنى اللّغوي تحول مع هذا النّوع من الخطاب إلى الظّهور في أحسن صورة لأن مهمة الإعلان هو التّرويج للمنتج بإظهاره في أحسن صورة و أجملها. أما من حيث الاصطلاح فإن الخطاب الإعلاني ينتمي إلى حقل الخطاب الإعلامي و هو وسيلة غير شخصية تهدف إلى تقديم الأفكار عن السّلع و الخدمات عن طريق وسيط إعلاني لقاء أجر مدفوع عند أهل الاقتصاد. أما عند اللّغويين فالخطاب الإعلاني هو ذاك الخطاب القائم على الإقناع, و يعمل على التّرويج لسلعة أو فكرة معينة عن طريق الكلمة أو الصّورة, أو بهما معا.

. يعود ظهور الإعلان إلى أزمنة غابرة في التّاريخ البشري, حيث عرفته الحضارات القديمة في شتى أنواعه الشّفوي و المكتوب, و قد مرّ في تطوره بمراحل متعددة حتى وصل إلى الشّكل الذي نعرفه عليه في العصر الحالي. كما أن ظهور الإعلان في الوطن العربي لم يكن وليد احتكاك العرب بالغرب, بل لقد عرفته حضاراتهم القديمة كالحضارة المصرية و الحضارة البابلية و غيرها من الحضارات التي جاءت بعدها.

. للإعلان وظائف يؤديها و تمثل في الوظيفة الاقتصادية و الوظيفة الاجتماعية و الوظيفة التّعليمية.

. تتمثل أهداف الإعلان في توفير المعلومات و تغيير رغبات المستهلكين. و تغيير تفضيل المتلقين للماركات المختلفة.

. يتكون الإعلان من من جملة من العناصر تتمثل في المرسل، الرّسالة الإعلانية و وسيلة الإعلان أو قناته, و المتلقي.

. الخطاب في اللّغة يعني الشّأن و كل أمر جلل.أما في الاصطلاح فتتعدد التّعاريف و تختلف و يمكن أن نقول أن الخطاب هو كل ما تجاوز الجملة سواء كان منطوقا أو مكتوبا.

.تحليل الخطاب هو تحليل الاستعمال الفعلي للّغة أي تحليل الكلام. كما أنه يشمل جملة من المفاهيم الأساسية كقوانين الخطاب و حقل الخطاب و التّشكيلة الخطابية و ظروف إنتاج الخطاب.

. الإستراتيجية كلمة يونانية تعني فن التّخطيط الحربي, لكنها دخلت مجالات أخرى كالاقتصاد و الإدارة و أخيرا مجال الدّراسات اللّغوية،و تعني مجموعة من القرارات و التّصرفات الإدارية التي توجه المنظمة الاقتصادية أو الإدارية. أما الإستراتيجية الخطابية فتعني اهتمام المرسل بالعناصر اللّغوية و الخارج لغوية، أثناء تنشئة خطابه من أجل التّأثير في المتلقي. و للإستراتيجية الخطابية أنواع تتمثل في الإستراتيجية التّضامنية و الإستراتيجية التّوجيهية و الإستراتيجية التّلميحية و إستراتيجية الإقناع.

. تعني التّداولية في اللّغة التّحوّل من شيء إلى شيء في اللّغة العربية,و في اللّغة الأجنبية تعود إلى الكلمة اليونانية Pragmaticus التي تعني الفعل،ثم صارت تعني التّحقق العملي. أما في الاصطلاح فتعني تلك النّظرية الحديثة في دراسة اللّغة و التي تستثمر العناصر اللّغوية و السيّاقية و الحجاجية في دراستها للنّصوص أو الخطابات سواء المكتوبة أو المنطوقة.

. و نظرا لكون دراستنا هذه تندرج في إطار الدّراسة اللّغوية و الهدف منها هو الكشف عن الآليات أو العناصر اللّغوية التي يتبناها هذا النّوع من الخطاب للوصول إلى المتلقي, لذلك نراه يستثمر كل العناصر السّياقية اللّغوية و الاجتماعية أحسن استغلال, حيث جعل لغته تنبع من صميم لغة المجتمع الذي يتوجه إليه, كما جعل من الظّروف أو الحالة الاجتماعية السّائدة خلفية له, يرسم عليها لوحته و صورته لتكون على درجة كبيرة من الإقناع. و نظرا لكون هذا الخطاب ينبع من المجتمع و يصب فيه, فهو بمثابة رافد يربط المجتمع بذاته.

. نظرا لكون الإعلان عملية إقناع بأهمية السّلعة و ضرورتها للفرد, فهو يتخذ بنية حجاجية خاصة في التّعبير،حيث يحاول إقناعنا باستخدام أعلى الحجج و أقواها في السّلم الحجاجي, مع تبنيه لنصوص وصفية للسلّعة زيادة في التّأثير والإقناع.

. لغة الإعلان هي مزيج لغوي لما هو موجود في المجتمع, إذ يستعمل تمظهرات لغوية شتى تطبع هذا النّوع من الخطاب, فهي خليط لغوي من العربية و الأمازيغية و الفرنسية, هذه التمظهرات نفسها التي تطبع حديثنا اليوميمع الضّرورة لأن نشير هنا و هو الأمر الذي لم نتطرق إليه في ثنايا البحث أن هناك وصلات إعلانات ناطقة بالأمازيغة البحتة,كونها موجهة لهذه الفئة اللّغوية ممن لا يتقنون اللّغة العربية أو الفرنسية أي هم أحاديو اللّغة, سعيا من المعلن إلى توسيع دائرة التّرويج و من ثمة قاعدة التّسويق و الانتشار.

. تكمن مهمة الإعلان في جذب انتباه المتلقي التّائه بين هذا الكم الهائل من الومضات و الوصلات الإعلانية عبر القنوات المتعددة, فإن هذا الخطاب يحاول بكل الوسائل خرق قواعد الكلام و الخطاب باستثمار عناصر شتى للفت الأنظار إليه.

و في الختام تبقىهذه الدّراسة مجرد محاولة متواضعة جدا حاولنا من خلالها تتبع الخطاب الإعلاني مشير يرإلى أنّ الإعلان هو خطاب لساني لغوي أدبي, و لابد أن يحظى مثل غيره من الخطابات بتسليط الضّوء عليه, و أن ينال حظه مناهتمام الباحثين والدّارسين المختصين في وطننا العربي.

المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولا: القرآن الكريم

ثانيا: المصادر

* ابن يعقوب الفيروز آبادي. القاموس المحيط. د ط. تحقيق الشيخ محمد البقاعي. دار الفكر. بيروت. 1995.

* أبو بشر بن عمرو بن عثمان بن قنبر (سيبويه). الكتاب. ط3. تحقيق عبد السلام هارون. مكتبة الخانجي. القاهرة 1998.

* أبو الحسن أحمد بن فارس بن زكريا. معجم مقاييس اللغة. ط1. تحقيق محمد عوض مرعب و فاطمة محمد أصلان. دار إحياء التراث العربي. لبنان.2001.

* أبو عمرو بن عثمان بن بحر بن محبوب الجاحظ. البيان و التبيين المجلد الأول. د ط. تحقيق علي أبو ملحم. دار و مكتبة الهلال للطباعة و النشر. لبنان. 2002.

* أبو الفضل جمال الدين بن مكرم بن منظور الإفريقي المصري. لسان العرب. ط4. دار صادر للطباعة و النشر. لبنان. 2005.

* أبو محمد عبد الله بن مسلم ابن قتيبة. تأويل مشكل القرآن. د ط. تحقيق أحمد صقر. المكتبة العلمية. بيروت. د ت.

* أبو منصور بن محمد بن أحمد الأزهري. تهذيب اللغة ج3. ط1. تحقيق محمد عوض مرعب. دار إحياء التراث العربي. بيروت. 2001.

*أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكر ي. كتاب الصناعتين الكتابة و الشعر. د ط. تحقيق طاهر الجبلاوي. الهيئة العامة المصرية للكتاب. د ب. د ت.

* الإمام أبي بكر عبد القاهر الجرجاني. دلائل الإعجاز في علم المعاني. د ط. تحقيق سعد كريم الفقي. دار اليقين للنشر و التوزيع. د ب. د ت.

* بدر الدين الزركشي. البحر المحيط في أصول الفقه. ط1. تحقيق محمد تامر. دار الكتب العلمية بيروت. لبنان. 1986.

* جار الله أبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري. أساس البلاغة. ط1. دار صادر بيروت. لبنان. 1992.

* جار الله أبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري. الكشاف عن حقائق الأقاويل في وجوه التنزيل. ط1. تحقيق عادل أحمد عبد الحمود و آخرون. مكتبة العبيكات. د ب. 1998.

* الجويني. الكافية في الجدل. د ط. تحقيق فوقية محمد. مطبعة عيسى الحلبي القاهرة. مصر. د ت.

* الخليل بن أحمد الفراهيدي. كتاب العين. د ط. تحقيق عبد الحميد هنداوي. دار الكتب العلمية بيروت. لبنان. د ت.

* الزبيدي. تاج العروس من جواهر القاموس. د ط. تحقيق مجموعة من المحققين. دار الهداية. د ب. د ت.

* عبد الرحمن بن محمد ابن خلدون. كتاب العبر و ديوان المبتدأ و الخبر في أيام العرب و البربر و من عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر. المجلد السابع. د ط. دار الكتاب اللبناني. بيروت. د ت.

* عبد الرحمن بن ناصر السعدي. تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان. د ط. تحقيق عبد الرحمن بن معلا اللويحق. دار ابن حزم للطباعة و النشر و التوزيع بيروت. لبنان. د ت.

* علي بن محمد الآمدي. الإحكام في أصول الأحكام ج1. ط2. تحقيق سيد الجبلي. دار الكتاب العربي بيروت. لبنان. 1986.

* الإمام علي الحسن بن رشيق القيرواني. العمدة في محاسن الشعر. و آدابه. ط1. تحقيق عطا محمد عبد القادر أحمد. منشورات محمد علي بيوض لنشر كتب السنة و الجماعة. دار الكتب العلمية بيروت. لبنان. 2001.

* محمد علي الفاروق التهناوي. كشاف اصطلاحات الفنون. د ط. تحقيق محمد علي النجار. دار الكتاب العربي. د ب. د ت.

* موفق الدين ابن يعيش. شرح المفصل ج3 . د ط. دار المتب. بيروت. د ت.

ثالثا: المراجع باللغة العربية.

. أ .

* أبو بكر العزاوي. اللغة و الحجاج. د ط. مؤسسة الكتاب الحديث بيروت. لبنان. 2009.

* أحمد عمر مختار. ط 5. في علم الدلالة. عالم الكتب. القاهرة. 1988.

* إدريس حمادي. الخطاب الشرعي و طرق استثماره. د ط. المركز الثقافي العربي. الدار البيضاء. المغرب. 1994.

* الأسيل. القاموس العربي الوسيط عربي/ عربي. ط1 . دار الراتب الجامعية بيروت. لبنان. 1997.

* آن روبول و جاك موشلار. التداولية اليوم علم جديد في التواصل. ط1. ترجمة سيف الدين دغفوس و محمد الشيباني. ط1. دار الطليعة بيروت. لبنان. 2005.

. ب .

* بسام قطوس. دليل النظرية النقدية المعاصرة. ط 1. مكتبة دار العروبة للنشر و التوزيع. الكويت. 2004.

* بعلى حفناوي. مسارات النقد و مداراته ما بعد الحداثة ترويض النص و تفويض الخطاب. د ط. أمانة عمان. الأردن. 2007.

. ج .

* جمال العيفة. مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف, الهياكل, الأدوار. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. د ت.

* جيلالي دلاش. مدخل إلى اللسانيات التداولية. د ط. ترجمة محمد يحياتن. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1992.

. ح .

* حسين الصديق. المناظرة في الأدب الإسلامي. ط1. الشركة المصرية العالمية لونجمان. دارفور للطباعة. د ب. 2000.

* حمزة الطاهر. مفكرة الطالب. معجم موسوعي صغير. د ط. آداب و علوم شيخ الزمان. د ب. د ت.

ـ خ ـ

* خلود العموش. الخطاب القرآني في العلاقة بين النص و السياق " مثل من سورة البقرة ". ط1. جدارا للكتاب العالمي عمان. عالم الكتب الحديث اربد. الأردن. 2008.

* خليفة بوجادي. في اللسانيات التداولية مع محاولة ـاصيلية في الدرس العربي القديم. ط1. بيت الحكمة للنشر و التوزيع العلمة. الجزائر. 2009.

ـ د ـ

* دومينيك مانغونو. المصطلحات المفاتيح في تحليل الخطاب. ط 1. ترجمة محمد يحياتن. منشورات الاختلاف. الجزائر. 2005.

ـ ذ ـ

* ذهبية حمو الحاج, ذهبية حمو الحاج. لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب. د ط. دار الأمل للطباعة و النشر و التوزيع. الجزائر. د ت ص 13.

ـ ر ـ

* رمضان عبد التواب. مدخل إلى علم اللغة و مناهج البحث اللغوي. ط2. مكتبة الخانجي. القاهرة. 1980.

ـ س ـ

* سامية الدريدي. الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة بنيته و أساليبه. د ط. جدارا للكتاب العالمي عمان. عالم الكتب الحديث اربد.الأ ٍدن. 2008.

* ساراميلز. مفهوم الخطاب في الدراسات الأدبية و اللغوية المعاصرة. د ط. ترجمة عصام خلف. دار فرحة للطباعة و النشر. د ب. د ت.

* سجيع الجبيلي. تقنيات التعبير في اللغة العربية. د ط. المؤسسة الحديثة للكتاب طرابلس. لبنان. 2008.

* سعيد يقطين. تحليل الخطاب الروائي. ط 3. المركز الثقافي الدار البيضاء. المغرب. 1997.

* سعودي أبو زيد نواري. في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ و الإجراء. د ط. بيت الحكمة للنشر و التوزيع العلمة. الجزائر. 2009.

* سمير سعيد حجازي. قاموس مصطلحات النقد الأدبي المعاصر. ط1. دار الآفاق العربية. مصر. 2001.

. ش .

* شكري المبخوت. نظرية الحجاج في اللغة. أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. إشراف حمادي صمود.كلية الآداب. جامعة الآداب و الفنون و العلوم الإنسانية. تونس. د ت.

. ص .

* صلاح فضل. بلاغة الخطاب و علم النص. ط1. دار الكتاب اللبناني بيروت. لبنان. 2004.

. ط .

* الطّيب دبة. مبادئ اللسانيات البنوية. دراسة تحليلية ابستمولوجية. دط . دب. دت.

. ظ .

* ظاهر محسن الغالبي و أحمد شاكر العسكري. الإعلان مدخل تطبيقي. ط2. دار وائل للنشر و التوزيع. الأردن. 2008.

. ع .

* عادل حرحوش و مؤيد السعيد السالم. الموارد البشرية مدخل استراتيجي. ط2. عالم الكتب الحديث اربد. جدارا للكتاب العالمي عمان. الأردن. 2006.

* عادل راشد أحمد. الإعلان. دار النهضة العربية للطباعة و النشر بيروت. لبنان. د ت.

* عبد الله أبو ركبة. الإعلان. د ط. دار الشروق جدة. السعودية. 1988.

* عبد الله صولة. الحجاج أطره و منطلقاته من خلال مصنف في الحجاج " الخطابة الجديدة" لبيرلمان و تيتيكاه. أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم. إشراف حمادي صمود. كلية الآداب. جامعة الآداب و الفنون و العلوم الإنسانية. تونس. د ت.

* عبد الحميد السيد. دراسات في اللسانيات العربية, بنية الجملة العربية, التراكيب النحوية و الدلالية, علم النحو و علم المعاني. ط1 . دار حامد للنشر و التوزيع عمان. الأردن. 2004.

* عبد الرحمن طه. اللسان و الميزان أو التكوثر العقلي. ط1. المركز الثقافي العربي الدار البيضاء. المغرب. 1998.

* عبد الرحمن طه. في أصول الحوار و تجديد علم الكلام. ط2. مركز الإنماء العربي. الدار البيضاء. المغرب. 2000.

*عبد السّلام عشير. عندما نتواصل نغير. مقاربة لغوية تداولية معرفية لآليات التواصل و الحجاج. د ط. دار إفريقيا للنشر. المغرب. د ت.

* عبد القادر شرشار. تحليل الخطاب الأدبي و قضايا النص. د ط. منشورات اتحاد الكتاب العرب. دمشق. 2006.

* عبد القادر عبد الجليل. علم اللسانيات الحديث نظم التحكم و قواعد البيان. ط1. دار صفاء للنشر والتوزيع. عمان. 2002.

* عبد النعيم خليل. نظرية السياق بين القدماء و المحدثين دراسة لغوية نحوية دلالية. ط1. دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر. الإسكندرية. 2007.

* عبد النور جبور. المعجم الأدبي. ط2. دار العلم للملايين بيروت. لبنان. 1984.

* عبد الهادي ظافر الشهري. استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية. د ط. دار الكتاب الجديد المتحدة. د ب. د ت.

* عبد الواسع الحميري. الخطاب و النص " المفهوم . العلاقة . السلطة ". ط1 . مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع. لبنان. 2008.

* عزت محمد جاد. نظرية المصطلح النقدي. د ط. الهيئة المصرية العامة للكتاب. د ب. 2002.

* علي فلاح الزغبي. الإعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. د ط. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع. الأردن. 2009.

* علي القاسمي. المصطلح أسسه النظرية و تطبيقاته العلمية. ط1. مكتبة لبنان ناشرون. لبنان. 2008.

* عمار ساسي. المصطلح في اللسان العربي من آلية الفهم إلى أداة الصناعة. ط1. جدارا للكتاب العالمي عمان. عالم الكتب الحديث اربد. الأردن.

* عمر بلخير. تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية. ط1. منشورات الاختلاف. الجزائر. 2003.

. ف .

* فؤاد افرام البستاني. منجد الطلاب. الطبعة السابعة و العشرون. دار المشرق بيروت. لبنان. د ت.

* فارع شحدة و آخرون. مقدمة في اللغويات المعاصرة. ط3 دار وائل للطباعة و النشر. الأردن. 2006.

* فايزة يخلف. مبادئ في سيميولوجيا الإشهار. د ط. طاكسيج. كوم للدراسات و النشر و التوزيع. الجزائر. 2010.

* فريد الصحن. الإعلان العربي: الأصول و التحديث. د ط. دار المعرفة الجامعية القاهرة. مصر. 1998.

* فريدة موساوي. المفاهيم الأساسية في تحليل الخطاب. د ط. عالم الكتب للنشر و التوزيع. الجزائر. 2007.

* فرانسواز أرمينكو. المقاربة التداولية. د ط. ترجمة سعيد علوش. مركز الإنماء القومي. د ب. د ت.

* فيليب بلانشيه. التداولية اليوم من أوستين إلى غوفمان. ط1. ترجمة صابر الحباشة. دار الحوار للنشر و التوزيع. سوريا. 2007.

- م -

* محمد الحناوي. إدارة التسويق مدخل الأنظمة و الاستراتيجيات. د ط. دار الجامعات المصرية. مصر 1986.

* محمد شفيق. لمحة عن ثلاثة و ثلاثين قرنا من تاريخ الأمازيغيين. د ط. دار الكلام للنشر و التوزيع. الرباط. 1959.

* محمد الهادي بوطارن و آخرون. المصطلحات اللسانية و البلاغية و الأسلوبية و الشعرية انطلاقا من التراث العربي و من الدراسات الحديثة. دار الكتاب الحديث. الجزائر. 2008.

* محمد محمد يونس علي.مقدمة في علمي الدّلالة و التّخاطب. ط1. دار الكتاب الجديدة المتحدة. لبنان. 2004.

* محمد طروس.النّظرية الحجاجية. ط 1.دار الثّقافة للنشّر و التّوزيع.الدّار البيضاء. المغرب. 2005.

* محمود السّعران.اللّغة و المجتمع. د ط. المطبعة الأهلية بنغازي. الإسكندرية. 1985.

* محمود فهمي حجازي. مدخل إلى علم اللّغة. د ط. دار الوفاء للطّباعة و النّشر و التّوزيع. القاهرة. د ت.

* محمود محمد عيسى.السّياق الأدبي دراسة تطبيقية. د ط. مكتبة نابشي. دمياط. مصر. د ت.

* مجدي وهبة و كامل المهندس. معجم المصطلحات العربية في اللّغة و الأدب. ط 2. مكتبة لبنان. لبنان. 1984.

* مجدي وهبة. معجم مصطلحات الأدب انكليزي . فرنسي . عربي. مكتبة لبنان. لبنان. د ت.

* مسعود صحراوي.التّداولية عند العلماء العرب. ط1. دار الطّليعة بيروت. لبنان. 2005.

* مصطفى عبد الله وشوك.تعليم و تعلّم اللّغة العربية و ثقافتها. ط 2. مطبعة المعارف الجديدة الرباط. المغرب. 1994.

* المعجم الفلسفي. مجمع اللّغة العربية. القاهرة. الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية. مصر. 1983.

* المنجد في اللغة و الأعلام. ط 29. دار المشرق. بيروت. 2002.

* ميجالرو ّ ويلي و سعد البازلي.دليل النّاقد الأدبي. ط1.المركز الثّقافي العربي الدّار البيضاء. المغرب. 1998.

* ميشال فوكو. حفريات المعرفة. ط 3. ترجمة سالم يفوت.المركز الثّقافي العربي الدار البيضاء. المغرب. بيروت. لبنان. 2005.

- ن -

* نادية العارف. الإعلان. د ط.الدّار الجامعية. القاهرة. مصر. 1993.

* نعمان بوقرة. المصطلحات الأساسية في لسانيات النص و تحليل الخطاب دراسة معجمية . ط1. عالم الكتب اربد. جدارا للكتاب العالمي عمان. الأردن. 2009.

*نورالدّين رايص.نظرية التّواصل و اللسانيات الحديثة. ط1. مطبعة سايس. فاس. 2007.

* ن. ي كوليغ.الموسوعة اللّغوية. مجلد1. د ط.ترجمة حميدي محي الدّين و حميدان عبد الله. دار النّشر العلمي و المطابع الرّياض.السّعودية. د ت.

- هـ -

* هادي نهر. الكفايات التواصلية و الاتّصالية في دراسات في اللغة و الأعلام. ط1. دار الفكر للطباعة و النشر التوزيع. الأردن. 2003.

* هاينه مان قولفجانج و فيهقجر.مدخل إلى علم اللّغة النّص. د ط. ترجمة سعيد حسن بحيري. مكتبة زهراء الشرق القاهرة. مصر. د ت.

رابعا:المراجع باللّغة الأجنبية

* Jean Brisoux et autres. Gestion de Publicité. Canada. Graw hill. 1987.

* Jean Dubois. Larousse Dictionnaire de linguistique et des sciences de Langage. Bordeaux. Paris. 1994.

* John Austin. Quand dire c’est faire. Traduit par Gilles Lane. Seuil. Paris. 1970.

* Luis Jean calvet. Linguistique et colonialisme. Payot. France. 1974.

* Larousse. Dictionnaire de français. Omega international S.A.R.L. Draria. Alger.

* Patrick Charaudeau et Dominique Mangueneau. Dictionnaire d'analyse de discours. Seuil. Paris. 2001.

خامسا: المجلات والدّوريات .

* مجلة الخطاب. مخبر تحليل الخطاب. جامعة مولود معمري تيزي وزوالعدد الأوّل. ماي 1996.

* مجلة الخطاب. مخبر تحليل الخطاب. جامعة مولود معمري تيزي وزو. العدد الثّالث. ماي 1998.

* مجلة الخطاب. مخبر تحليل الخطاب. جامعة مولود معمري تيزي وزو. العدد الثّاني. ماي 2007.

* مجلة الخطاب. مخبر تحليل الخطاب. جامعة مولود معمري تيزي وزو. العدد الثّالث. ماي 2008.

*مجلة الممارسات اللّغوية و الأدبية.العدد الثّاني.مخبر الممارسات اللّغوية جامعة مولود معمري تيزي وزو 2011.

*مجلة التّواصل مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية. عدد 09 جوان 2002. جامعة باجي مختار عنابة. الجزائر.

*مجلة اللّغة العربية.العدد الثّالث و العشرون.المجلس الأعلى للّغة العربية. الجزائر.

* مجلة معارف. المركز الجامعي البويرة. العدد الأول. ماي 2006.

* مجلة الآداب و اللّغات. العدد الخامس. 2006.

* مجلة مجمع اللغة العربية القاهرة. الجزء الرابع و الستون. بحوث مؤتمر الدورة الخامسة و الخمسون. 1988.

*مجلة التّراث و المجتمع . مركز دراسات التراث و المجتمع الفلسطينية. 2005 . 2006.

*مجلة الكاتب اتّحاد الكتاب العرب. العدد الواحد و الخمسون. دمشق. سوريا. 2006.

مجّلة اللّغة الأم. جماعة من المؤلفين. جامعة مولود معمري تيزي وزو. دار هومة. الجزائر. 2002.

* تداخل الأنواع الأدبيةمؤتمر النّقد الثاني عشر. 22 . 24 تموز 2008. قسم اللغة العربية و آدابها. جامعة اليرموك اربد. الأردن. المجلد الأول. جدارا للكتاب العالمي عمان. عالم الكتب الحديث اربد. الأردن. 2009.

سادسا: الرّسائل الجامعية.

* صونيا بكال.الخطاب الإشهار ي دراسة تداولية. مخطوط مذكرة ماجستير. جامعة مولود معمري تيزي وزو. د ت.

* عمر بلخير. معالم لدراسة تداولية و حجاجية للخطاب الصحافي الجزائري المكتوب ما بين 1989 و 2000. مخطوط أطروحة دوكتوراه. جامعة الجزائر. 2006/2005.

سابعا: المواقع الإلكترونية.

* إلياس عطا الله. فكرة عجز العربية عن مواكبة الطفرة التكنولوجية. حاوره عادل سالم. تجمع الأدباء و الكتاب الفلسطينيين www.arabs48.com 2009/12/12.

* علي درويش.لغة أجنبية و أصوات عربية ظاهرة الاستغراب الفكري و اللّغوي في اللغة العربية الحديثة.www.eleph.com 2009/12/12.

فهرست الموضوعات

فهرست الموضوعات